

نظريات وسائل الاعلام

تأليف

ملفين ل. ديفلير

ساندرا بول - روكيتش

ترجمة

كمال عبد الرؤوف

الدار الدولية للنشر والتوزيع

نظريات
وسائل الإعلام

نظريات
وسائل الاعلام

تأليف

ملفين ل. ديفلير

ساندرا بول - روكيتش

ترجمة

كمال عبد الرؤوف



الدار الدولية للنشر والتوزيع

القاهــرة - مصر

أشرفت الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية بالقاهرة على ترجمة وإخراج هذه الطبعة من الكتاب ، كما قامت بأعمال الجمع التصويرى وإعداد الأفلام .

The Egyptian Society for the Dissemination of Universal Culture and Knowledge (ESDUCK), Cairo, supervised the translation and production of this edition. Phototypesetting and films were done by ESDUCK.

حقوق النشر

الدار الدولية للنشر والتوزيع
٣٨ ش الأهرام - روكسي - مصر الجديدة
تليفون : ٢٥٨٢٨٨٧
تلكس : ٢٠٠٧٠ / ٢٠٠٧١ PBCRB UN
فاكس : ٢٩١٨٠٥٩ / ٢٠٢ ٠٠

المحتويات

الجزء الثانى : آثار وسائل الاتصال الجماهيرية ٢٠٩

إلى هؤلاء .. كل الشكر

هذا الكتاب عن « نظريات الإعلام » من أهم الكتب العميقة التى أتيح لى قراءتها عن التطور التاريخى لوسائل الإعلام منذ أن كان الإنسان يتفاهم بالإشارة ، وحتى عصر تليفزيون الكابل والفيديو والاتصال بالأقمار الصناعية .

وقد شعرت بالمهمة الكبرى الملقاة على عاتقى عندما عهدت إلىّ **الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية** بترجمة هذا الكتاب القيم من الانجليزية إلى العربية . ولقد ساعدنى فى إنجاز هذا العمل العلمى الضخم الأصدقاء والأساتذة التالى أسماؤهم :

الأستاذ محمد مصطفى غنيم نائب رئيس تحرير جريدة الأخبار القاهرية الذى أدين له بالكثير .

الأستاذ حسين عبد الواحد رئيس القسم الخارجى بدار أخبار اليوم والذى بذل جهداً ملموساً فى الفصول الأولى من الكتاب .

والأستاذ على هاشم خبير اللغات الانجليزية والإيطالية بالهيئة العامة للاستعلامات المصرية والذى يستعد حالياً لتمثيل مصر فى الخارج (إذا لم يكن قد سافر

بالفعل عند طبع هذا الكتاب) .

وإلى كل هؤلاء أقدم الشكر والعرفان بما قدموه لى من خدمات لتسهيل ترجمة هذا المؤلف العلمى الهام حتى يصل إلى القارىء العربى فى هذه الصورة الدقيقة .

ومرة أخرى شكراً لهم . .

كمال عبد الرءوف

مدير تحرير أخبار اليوم القاهرية

مقدمة

هذه الطبعة الخامسة من كتاب « نظريات الإعلام » قد أدخلت عليها تعديلات عديدة . وبالرغم من أن الفصول المتعلقة بالتطور التاريخى لوسائل الإعلام العديدة قد ظلت كما هى بدون تغيير تقريباً عما كانت عليه فى الطبعات الأولى ، إلا أن الفصول الباقية قد تم تعديلها إلى حد كبير ، أو أنها فصول جديدة تماماً أضيفت إلى هذه الطبعة .

وقد أضيف أيضاً إلى هذا الكتاب العديد من المفاهيم النظرية الجديدة تماماً كإطار لشرح آثار وسائل الاتصال على الأفراد والمجتمع وعلى الثقافة . وعلى سبيل المثال ، فإن الفصل الأول يحتوى على نظرية عن عملية الانتقال فى الاتصال الإنسانى . والهدف منها هو تقليل الفجوة بين دراسة الاتصال الإنسانى كعملية عامة والدراسة المتخصصة فى وسائل الإعلام . وهذه النظرية تركز إلى حد واسع على ما يحدث للناس وللمجتمع عندما يتعرضون لوسائل جديدة تماماً فى مجال الاتصال . وهناك مفاهيم أخرى جديدة تتضمنها الفصول التالية .

ففى الفصول « الثانى والثالث والرابع » تم تحديث المعلومات الرقمية عن تبنى وانتشار واستخدام وسائل الإعلام التقليدية المختلفة . كما أضيفت معلومات جديدة لوصف جذور وتطور وسائل الإعلام الجديدة ، مثل « تليفزيون الكابل » وجهاز

الفيديو ، وهما حالياً من المكونات الهامة لنظم الإعلام فى عصرنا الحاضر .

أما الفصل الخامس فهو مازال يركز على وسائل الإعلام الجماهيرية كنظم اجتماعية . وهو يربط تركيبها ووظائفها مع المفاهيم النظرية التى قدمناها فى الفصل الأول ، ويثبت أن الإعلام الجماهيرى ووسائله العديدة التى تعمل حالياً فى الولايات المتحدة تشكل نظاماً لمؤسسات اندمجت بعمق مع المجتمع الأمريكى كله . وعلى وجه الخصوص ، فإن التحليل يظهر كيف أنه ليس من المحتمل أن وسائل الإعلام سوف تتوقف عن إنتاج الثقافة الشعبية ، كما أنها لن تتوقف أيضاً عن التركيز على المضمون ذى المستوى غير الرفيع نسبياً فى المستقبل القريب .

وقد تمت مراجعة الفصل السادس عما كان عليه فى الطبعات الأولى . وهو يقدم لنا خلفية هامة لفهم نوع المجتمع الذى برزت فيه وسائل الإعلام ، ولماذا أخذت التفسيرات الأولى لنفوذها وتأثيراتها هذا الاتجاه الخاص الذى اتجهت إليه . كما أن فكرة المجتمع « الإعلامى » مازالت تلعب دوراً هاماً فى التفكير عن وسائل الإعلام . غير أن المفاهيم الأولى النظرية المستخلصة من هذه الاعتبارات أصبحت أقل تعلقاً بالتحليل الحديث . وبالرغم من ذلك ، فإن هذا الفصل يوفر نقطة بدء هامة فى فهم التطور الذى حدث فى نظرية الإعلام والذى جرى فى نطاق العلوم الاجتماعية الأساسية وفى نظام الاتصال نفسه .

أما الفصل السابع فيقدم مفهوماً جديداً تم إعداده عن ثلاثة موضوعات هامة وهى : (١) دراسة الاختلافات الفردية التى تحدث نتيجة للتركيز فى البداية على البحث فى علم النفس (٢) الاختلافات فى السمات الاجتماعية بين المجموعات المختلفة من الأشخاص والتى أبرزتها الدراسات الاجتماعية عن التركيب ذى الخواص المتغيرة للمجتمعات الصناعية المعاصرة فى المدن (٣) أصبح تأثير العلاقات الاجتماعية واضحاً فى السنوات الأولى للبحث فى عملية الإعلام نفسها . وكل واحد من هذه العوامل ــ الاختلافات الاجتماعية ، والفردية ، والعلاقات داخل المجتمع ــ مازالت تلعب دوراً هاماً فى فهم التأثير الانتقائى ذى المدى القصير فى عملية الإعلام .

ويركز الفصل الثامن على دور الإعلام فى عملية التطور الاجتماعى على المدى البعيد . وفيه نناقش نظرية النموذج المأخوذة من علم النفس ، ونستعرض الطريقة التى أصبح بها الإعلام مصدراً لاكتساب نماذج جديدة للسلوك كما ظهرت فى وسائل

الإعـلام . ويمكن للأفـراد تبنى نماذج السلوك هذه كوسيلة للتجاوب مع البيئة التى يعيشـون فيهـا . ويقدم هذا الفصل أيضاً مفهوماً نظرياً جديداً وهو نظرية التوقعات الاجتماعية . وهى تركز على أهمية الإعلام الجماهيرى كمصدر للمعلومات عن التصرفات الاجتماعية العادية ، وعن الأدوار والرتب والرقابة الاجتماعية . إن هذه النواحى النفسية والاجتماعية للمضمـون الإعـلامى هى التى توجد فى قلب الوظائف الاجتماعية غير المباشرة للإعلام .

ويقدم الكتاب مفهوماً جديداً تماماً حول نظرية تركيب المعانى فى الفصل التاسع . وهو يظهر أنه بالرغم من أن التركيز على التركيب الاجتماعى للمعنى يعتبر إلى حد ما جديداً على الدارسين لوسائل الإعلام ، إلا أنه يعتبر من أقدم الاهتمامات الثقافية فى المجتمـع الغـربى . فمنذ عهد أفلاطون وحتى يومنا هذا ظل الفلاسفة ، وأصحاب النـظريات ، والبـاحثـون فى مختلف المجـالات يستكشفـون المسـائـل المتعلقة بطبيعة الحقيقة ، وكيف نعرف هذه الحقيقة ، وكيف أثرت مفاهيمنا الذاتية عن العالم الموضوعى من حولنا فى سلوكنا . كما أن النظريات المخصصة لفهم دور وسائل الإعلام فى البناء الاجتماعى للفرد ، وفى المعانى التى يشارك فيها الآخرين تتحرك الآن إلى مقدمة أبحاث الإعلام .

ويقوم الفصل العاشر بربط المفاهيم النظرية التى سبق تقديمها فى الفصول ٧ و٨ و٩ مع استعراض لدور النظريات الأساسية فى تطوير الاستراتيجيات التطبيقية لتعديل سلوك الجـماهـير من المستمعين والمشاهدين . وهذا أحد الموضوعات التى مازالت غير مفهومة فى دراسات وسائل الاتصال ، وقد تكون حتى الآن أصعب مشكلة تستعصى على الفهم فى نطاق وسائل الإعلام الجماهيرية . ويتم إنفاق مبالغ ضخمة يومياً فى عالم الإعـلان والحملات الانتخابية ، وفى جهود إقناع الرأى العام . ولكنه رغم ذلك لم نصل إلا إلى القليل حول الإرشادات التى يمكن الاعتماد عليها فى التنبؤ بمدى نجاح أو فشل اسـتراتيجية معينـة للإقناع وذلك عن طريق الأبحاث الأكاديمية ونظريات الإعلام . ومازال هذا المجال غير مطروق نسبياً فى دنيا أبحاث الإعلام .

أما الفصل الحادى عشر فهو فصل جديد نقدم فيه ما يسمى الآن بنظرية الاعتماد على وسـائـل الإعـلام . وهو يشرح المفاهيم الأساسية ، والافتراضات ، والتفسيرات المحتملة لهذه الـنظرية التى تستنـد إلى البيئة ، وكذلك جذور النظرية فى النماذج النظرية

الأساسية التى قدمناها فى الفصل الأول . كما أن مناقشة الطبيعة الخاصة لجهاز الإعلام كوسيلة لنقل المعلومات يسيطر على الموارد التى يسعى الأفراد والجماعات والمنظمات والمجتمعات إلى الحصول عليها للتوصل إلى أهدافها ، يضع حجر الأساس لاختبار وفحص العمليات العظمى والصغرى لتأثيرات وسائل الإعلام .

وفوق ذلك كله ، فإنه يظهر لماذا تخلق الموارد التى تسيطر عليها وسائل الإعلام علاقات ارتباطية اعتمادية على جميع مستويات المجتمع الحديث . وهى علاقات تبين لنا أسباب الدور أو الأدوار المركزية التى تلعبها نظم وسائل الإعلام فى تنظيم الحياة للشخص وللجماعات والحياة الاجتماعية أيضاً . هذا الكلام ينتقل بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى ما هو أبعد من تطبيقها كنظرية لتأثيرات الإعلام ، ويجعلها نظرية لوسائل الاتصال الجماهيرية أى نظرية للإعلام .

هذه النظرية تقدم لنا فهماً لموضوع كيف أصبح الإعلام ضرورة لحياتنا ، ولنضال المجتمع لكى يفهم ، ويتصرف ، وحتى لكى يلعب دوره فى عالمنا المعقد الذى يتغير دائماً . وبمعنى آخر فإن هذه النظرية تحاول أن تقدم لنا نفس النظرة الفاحصة التى يمكن الحصول عليها إذا صحونا يوماً من النوم لنجد أن وسائل الإعلام لسبب ما غامض قد اختفت تاركة لنا ولمجتمعنا مشكلة تنظيم الحياة اليومية ، وذلك إلى جانب عملية البقاء فى الحياة بدون إعلام .

أما الفصل الثانى عشر فهو بالضرورة فصل جديد لأنه يتعلق ببعض التطورات الهامة فى تكنولوجيا (تقنية) الاتصال التى غيرت فعلاً طبيعة الإعلام ، والتى من المحتمل أن تستمر فى إحداث هذا التغيير فى المستقبل . وفى هذا الفصل نبحث التأثيرات الحاضرة والمستقبلية للكومبيوتر (الحاسب الآلى) ولتكنولوجيا الكابل ووسائل الاتصال ذات التأثير المتبادل . كما يتم فحص الجهود المختلفة التى نجحت والتى لم تنجح لتطويع هذه التكنولوجيا لاستخدامها فى نظم الإعلام . ويتضمن هذا الفحص نظم البث المباشر من الأقمار الصناعية ، والنظم التبادلية للاتصال التليفونى والتليفزيونى بواسطة هذه الأقمار ، وكذلك نظام الفيديوتكس .

ويناقش الفصل الثانى عشر أيضاً أهمية اختبار نظم الإعلام الحديثة فى نطاق خدمة المعلومات فى مجال الاقتصاد التى تتغير بسرعة دائماً ، وكيف أن كل هذه التطورات قد تضطر أجهزة الإعلام المسيطرة حالياً على أن تطور نفسها إزاء هذه البيئات المتغيرة حتى تضمن البقاء .

هذه المناقشات تعود بنا هكذا دائرة كاملة للوراء إلى تاريخ تطور الإعلام ، وكيف أن نظم الإعـلام القديمة مثلها فى ذلك مثل وسائل الإعلام الحديثة عليها أن تدخل تغييرات دائمة ليس فقط فى كيفية تحقيق ذلك تكنولوجياً ، ولكن أيضاً بتغيير ما تقدمه من أجل دورها كوسائل اتصال جماهيرية فى تنظيم حياة الأفراد والمجتمع .

ساندرا بول - روكيتش
لوس أنجيليس - كاليفورنيا

ملفين ل . ديفلير
سيراكيوز - نيويورك

نظريات
وسائل الإعلام

الجزء الأول

منشأ وسائل الإعلام

الفصل ١

مراحل فى تطور الاتصال الإنسانى

إن قدرتنا المثيرة للإعجاب فى الوقت الراهن على بث الرسائل بشكل فورى عبر المسافات الشاسعة ، وإثارة المعانى المتشابهة لدى ملايين البشر فى نفس الوقت ، تعد أمراً مألوفاً بالنسبة لنا جميعاً لدرجة أنه يسهل النظر إليها بنوع من اللامبالاة . ورغم ذلك فإن ما نفعله اليوم ، عندما نتصفح الجريدة أو ندير مؤشر الراديو أو نذهب إلى دار السينما أو نشاهد التليفزيون ، يمثل بالفعل تغيراً هائلاً وغير عادى فى سلوك الاتصال الإنسانى إذا نظرنا إليه فى إطار الحياة الإنسانية التى كانت سائدة فى العصور الغابرة .

وبرغم الأبحاث المضنية ، والجهود التحليلية الممتازة التى قام بها علماء الاتصال عبر نصف القرن الأخير ، إلا أننا لسنا على يقين بشأن ما يعنيه هذا التغيير . . كيف يؤثر فينا على المستويين الفردى والجماعى أو كيف سيحدد شكل مستقبلنا . وبمعنى آخر ، فإن مضامين وتأثيرات وعواقب التطور الهائل لوسائل إعلامنا مازالت حتى الآن محاطة بهالة من الغموض . ولكن يبدو واضحاً ، فى هذه المرحلة ، أن وسائل الإعلام تؤثر فى جمهورها تأثيراً بالغاً كما تؤثر فى المجتمع ككل . وما لا نفهمه على الوجه الأكمل هو كيف يكون هذا التأثير وما هو المدى الذى يصل إليه . والغرض الأساسى من هذا الكتاب هو تقديم نظرة شاملة لهاتين المشكلتين . وبمعنى آخر ، فإننا نسعى لفهم : (١) كيف

يحدث الإعلام . (٢) ما هى نتائجه بالنسبة لكل من الفرد والنظام الاجتماعى على حد سواء .

إن إحدى طرق البدء فى هذه المهمة هى الانطلاق من طرح منظور واسع عبر الزمن يمكن فى إطاره فهم الظهور السريع لوسائل إعلامنا الحالية باعتبارها أحد المجالات العديدة للتقدم الجوهرى الذى طرأ على قدرة الإنسان ، ككائن حى ، على الاتصال . وكما سنرى فيما بعد ، فإن التغييرات الثورية فى قدرة الناس على الاشتراك مع الآخرين فى فهم المعانى لم كان لها بحق تأثيرات قوية على تطور الفكر والسلوك والثقافة . وسوف يؤدى فهم هذه التأثيرات وعواقبها إلى تسهيل عملية تقييم جانب هام من وسائل إعلامنا المعاصرة ، وهى وإن كانت قد وصلت إلينا مؤخراً ، إلا أنها ذات أهمية جوهرية بالنسبة لحياتنا اليومية لدرجة أنها قد تساعد فى تحديد مصير الجنس البشرى مستقبلاً .

ورغم أن الخبرة السابقة لا يمكن أن تعد دليلاً أكيداً للمستقبل ، إلا أن هناك قيمة وفائدة من التطلع إلى الوراء لرؤية ما حدث فى مراحل هامة عديدة حيث أصبح الناس قادرين على الاتصال بوسائل متباينة للغاية . ولذلك ، فقد يكون من الملائم الانطلاق من البداية وتتبع أين ومتى بدأ الاتصال الإنسانى وكيف حدثت فيه طفرات فى عصور مختلفة خلال المسار الطويل للتاريخ وما قبل التاريخ . . وكيف كان لهذه التطورات آثار عميقة على حياة البشر بعامة .

البدايات

وفقاً للسجلات الحفرية التى جمعها بمشقة علماء أصل الإنسان القديم عبر أكثر من قرن من الزمان ، فإن عملية التطور التى أسفرت فى النهاية عن الجنس البشرى المعاصر ترجع إلى حوالى ٧٠ مليون سنة . وقد تعرف هؤلاء العلماء على مخلوق صغير يشبه الفأر (بروكونسول Proconsul) . كان يعيش فى عصر الديناصورات ، واعتبروا هذا المخلوق السلف الأعلى للإنسان . ومن هذه البداية غير الموفقة ، انبثق ترتيب الحيوانات العليا : الثدييات ذات الأيدى والأقدام المرنة التى تحتوى كل منها على خمسة أصابع . وعلى الرغم من ذلك ، كان يتعين أن تمر ملايين السنين قبل أن يسكن أول حيوان يشبه

القرد منطقة الصحراء الأفريقية وهى الموقع المحتمل لأصل الأسرة الإنسانية .

ولقد تطورت أشكال أولية عديدة عبر المراحل المتتالية من العصور الأبدية . ومعظم هذه الأشكال كانت صغيرة وتعيش فى الأشجار . وبعد عدة أحقاب بدأ نوع ، فى حجم القطة ، يتكيف مع الحياة على الأرض وفى داخل الغابة . ولم يكن هذا هو النوع الوحيد القادر على الحركة فوق الأرض فقط بل كانت له سمة أو خاصية هامة . إن نسبة المخ إلى الجسم فيه كانت أكبر إلى حد ما من مثيلتها لدى معظم الأنواع المعاصرة الأخرى . وهذا النمط من سعة المخ مرتبط بالقدرة على التعلم ، وقد كان عاملاً حيوياً فى تطور الجنس البشرى .

لقد عاش العديد من الأشكال الأولية القديمة لفترة من الوقت ولكنها خسرت ، فى نهاية الأمر ، المنافسة على الطعام أو الأرض وتعرضت للانقراض . ولكن ، فى مرحلة من المراحل ، اشترك الجنس البشرى المعاصر مع الحيوانات العليا الحديثة مثل الشمبانزى والغوريللا فى سلف واحد مشترك يطلق عليه العلماء اسم dry opithecus لم يكن هذا الحيوان أكبر من الكلب العادى ولكنه كانت له أذرع وأرجل وأيدٍ وأقدام وكانت هذه الأشياء كلها تشبه مثيلاتها لدى النسناس وعائلة القردة كما نعرفها الآن .

وفى خلال الفترة الواقعة بين ١٤ مليون سنة و٥ ملايين سنة مضت ، عاش حيوان يشبه القرد يسميه العلماء (ramapithicus) فى المنطقة التى نطلق عليها الآن أفريقيا وأوروبا . والدليل غير حاسم بالنسبة لهذه النقطة ، فهناك جدل بين الخبراء فيما يتعلق بظهوره وسلوكه . ونحن لسنا على ثقة حتى من أنه كان يسير معتدل القامة على قدميه . ورغم ذلك ، فربما كان هذا الحيوان هو أول عضو فى أسرة المخلوقات التى تشبه الإنسان والمعروفة باسم Hominidae .

وهناك جدل أقل حدة بعض الشىء بالنسبة لمخلوق ظهر فى مرحلة تالية وهو (australopithecus africanus) الذى عثر على بقاياه مؤخراً فى أفريقيا . وقد عاش هذا المخلوق منذ ١ - ٥,٥ مليون عام مضت ، ومن المقبول بوجه عام اعتباره أول الثدييات الرئيسية التى يمكن بالفعل تصنيفها على أنها ذات علاقة بالإنسان ــ داخل الأسرة الإنسانية .

وما نعرفه عن حياة هذا المخلوق قليل . لقد كان يمشى رأسياً معتدل القامة ويسكن الملاجىء الصخرية ويعيش فى وحدات أسرية . ومن المحتمل أن طوله كان أقل

من ثلاثة أقدام فى المتوسط ولكنه من حيث شكله العام ، كان أشبه ما يكون بالقرد . لم يكن صياداً عدوانياً ومن المحتمل أنه عاش من خلال الاقتيات أو البحث عن قوته دون بذل جهد فى صيده . وبينما لا يوجد ما يمنع احتمال استخدامه للصخور الحادة أو العظام ذات النتوءات لتقطيع اللحم من الحيوانات الميتة التى كان يعثر عليها ، إلا أنه لا يوجد أى دليل على أنه صنع مثل هذه الأدوات .

وقد تداخلت إلى حد ما مع مخلوق ال australopithecus سلسلة من المخلوقات الإنسانية الأولية ذات الساقين والتى كانت تمشى معتدلة القامة . وعاشت هذه المخلوقات فى أفريقيا والشرق الأدنى لمدة تزيد على مليون سنة . ووسيلة الاتصال بين هذه المخلوقات ، إذا كانت هناك أية وسيلة للاتصال بينها ، مجهولة تماماً بالنسبة لنا . ورغم ذلك ، فقد تزايدت القدرات العقلية بين هذه المخلوقات الأولية بمرور الوقت .

وفى النهاية ، أى منذ حوالى مليونى سنة ، ظهر واحد من أسلافنا الأوائل وهو المعروف باسم (homo habilis) أو الإنسان الذى يضع رداء على جسده . لم تكن هذه المخلوقات ضخمة جداً . وتشير البقايا التى عثر عليها مؤخراً لإحدى الإناث البالغة من هذا المخلوق إلى أن طولها كان حوالى ثلاثة أقدام ونصف (حوالى متر و٥ سنتيمترات) . وأيضاً كانت ذراعاها تتدليان حتى ركبتيها مما يشير إلى أنه كان بوسعها التأرجح عبر وبين الأشجار كما تفعل القردة والشمبانزى فى العصر الراهن . ورغم ذلك ، فقد كان هناك فارق هام بين هذه المخلوقات والأنواع الأخرى وهو أنها بدات فى صناعة الآلات ! وخلال حوالى مليون سنة أو نحو ذلك ، جاءت السيطرة على النار . . ولقد عثر على أول دليل يشير للمواقد فى الصين . وكان هذا التطور هاماً لأن التمييز بين أساليب الحياة للإنسان الأول وأساليب الحياة لدى بقية الثدييات الرئيسية أصبح الآن أكثر تحديداً ووضوحاً . ويمكن وصف هذه المبتكرات المبكرة مثل الأدوات الحجرية البسيطة وترويض النار بأنها كانت بمثابة الخطوات المرتعشة الأولى فى تطور الحضارة الإنسانية . وهكذا ، يمكننا ، ولو بشكل مؤقت ، تعريف الحضارة بوجه عام بأنها حلول لمشكلات العيش والتى تنتقل إلى الأجيال التالية . ولقد أدت صناعة الأدوات واستخدام النار بالفعل إلى تمييز أسلافنا البدائيين عن بقية الحيوانات فى عصرهم . وفى النهاية ، كانت الحضارة الإنسانية بالشكل الذى نعرفه الآن هى النتيجة التى ترتبت على هذه القاعدة الأساسية .

ولقد أدخلت التحسينات والإضافات على حضارة الأدوات بشكل بطىء للغاية ، ولكن منذ حوالى ١,٦ مليون سنة مضت كان هناك إنسان بدائى آخر هو (homo erectus) أو (الإنسان المتصب القامة) يستخدم بلطة بدائية ذات حدين تم سنها بعناية بالإضافة إلى أدوات أخرى للقطع صنعت من الحجر وبعد ذلك من الصوان . وهذه المخلوقات الإنسانية البدائية كانت أكبر حجماً ـ تقريباً من حجمنا ـ وكانت لها أذرع أقصر مثلنا وأصابع مستقيمة . ولم يكن بوسعها التأرجح بسهولة بين الأشجار . والأكثر من ذلك ، أن النسبة بين المخ والجسم قد تزايدت . ووصل حجم المخ لدى الإنسان المنتصب القامة homo erectus إلى ٦٠٠ سم٣ ، بينما يصل متوسط حجم المخ لدينا الآن ١٥٠٠ سم٣ . ولقد تطورت هذه المخلوقات وفقاً لأساليب الحياة وبشكل لم تقدر عليه الأنواع الأخرى . فقد كانت لديها قدرات هائلة على الصيد وجمع الغذاء . ولا نعرف عنها بعد ذلك سوى القليل .

وبعد ذلك ، ربما منذ نصف مليون سنة ، انقسمت سلسلة الأسلاف إلى خطين منفصلين . أحدهما نتج عنه أناس قصار القامة بأجسام عضلية متينة البنيان وكانوا أقوى بكثير مما نحن عليه الآن رغم أنهم كانوا أقصر منا بالنسبة لمتوسط طول القامة . وكانت لهم أسنان ضخمة وقوية قادرة على مضغ اللحم الجامد وكانت لهم أيضاً أمخاخ كبيرة الحجم نسبياً وحواجب كثيفة مع جبهة صغيرة أو عدم وجود جبهة تماماً وذقن صغير . ومن هذا الخط ، انحدر إنسان الكهف المعروف باسم نياندرتال (Neanderthal) [1] . وقد بدأ إنسان النياندرتال ، الذى عثر على بقاياه العظمية قرب مدينة دوسلدورف الألمانية ، فى احتلال المنطقة الأوروبية وأجزاء من الشرق الأدنى منذ ١٥٠ ألفاً أو ١٢٥ ألف سنة مضت ، ومن هناك انتشر على نطاق واسع فى أفريقيا وآسيا . وقد كان إنسان الكهف (نياندرتال) أكثر تقدماً من جميع الأنواع السابقة . ولم يكن هذا الإنسان صياداً ماهراً فحسب ، بل كان أيضاً يدفن موتاه فى إطار طقوس معينة وكان يعتنى بالمرضى وكبار السن من نوعه . وقد استمر وجود هذا النوع حتى ٣٥ ألف سنة مضت ثم انقرض بصورة غامضة !! ولا أحد يعرف سبب ذلك ، فليس هناك دليل على اندلاع حرب أو تفشى وباء أو أى شىء آخر يمكن أن يؤدى إلى مثل هذا الانقراض خلال فترة زمنية قصيرة نسبياً . ويمكن القول ببساطة أن هذا النوع اختفى .

أما الخط الثانى ، فالواضح أنه تطور فى وقت لاحق بعض الشىء . ولا يعرف أحد كيف حدث ذلك وكل ما نعرفه هو أن نوعاً جديداً من البشر عبر المناطق التى كان يحتلها إنسان الكهف المعروف باسم « نياندرتال » . وهذا النوع الجديد هو المعروف باسم Cro Magnon أو الإنسان بمعناه البيولوجى والذى ظهر بداية فى أجزاء من أوروبا والشرق الأدنى فى فترة ما بين ٩٠ ألفاً و٤٠ ألف سنة مضت . وفى النهاية ، احتل هذا النوع الإنسانى جميع أجزاء العالم القديم وآسيا . ويفترض أن سلالات هذا النوع الإنسانى قامت منذ عشرة آلاف سنة بعبور الجسور أو الامتدادات الأرضية الطبيعية التى كانت موجودة فى ذلك الحين ووصلت إلى ما يعرف الآن بالأمريكتين . وربما كان هناك أكثر من نوع من البشر بالمفهوم الحالى ولكن الجنس البشرى المعاصر يعد هو السلالة المباشرة لهذه الأنواع . وقد كان هذا الإنسان (Cro Magnon) ، الذى عاش فى الكهوف وفى ملاجىء مؤقتة ، صياداً ماهراً وجامعاً متفوقاً للغذاء . كما صنع أدوات معقدة ، وكانت له تنظيمات اجتماعية محكمة نسبياً . وكان هؤلاء البشر قادرين على الحياة وسط البيئة الصعبة وذلك من خلال قدرتهم على صناعة الملابس الملائمة وتعلم أسس حفظ الطعام . وهكذا نجحوا فى البقاء على قيد الحياة قرب أنهار الجليد التى كانت موجودة خلال العصر الجليدى الأخير وهى أماكن كان المناخ فيها يشبه مناخ شمال سيبيريا فى الوقت الراهن . وفى المرحلة المبكرة من وجوده ، وضع إنسان الـ Cro Magnon أسس التراث الفنى من خلال الحفر والرسم على جدران الكهوف . وفى النهاية ، قام باستئناس وترويض الحيوانات ، وبدأ يستخدم المعادن وعرف الزراعة وأقام مجتمعات ثابتة مستقرة .

ولقد كان هذا الإنسان ، بحق ، صورة طبق الأصل من الإنسان المعاصر فيما يتعلق بالمظهر وقدرة المخ على الاستيعاب . كما كان يميل أكثر إلى القوة والبنيان العضلى ولكن سبب ذلك ربما يرجع إلى أسلوب الحياة الذى كان يتسم بالخشونة وأيضاً لنوعية الغذاء الذى كان صحياً بدرجة أكبر مما هو عليه الآن . ولو كان من الممكن وجود مثل هذا الإنسان القديم فى العصر الراهن ، وكان من الممكن تزويده بملابس عصرية ، لما كان هناك أى فرق بينه وبين أى شخص يمكن أن يقابله المرء فى الطريق . باختصار ، كان هذا الإنسان هو الثمرة النهائية لسبعين مليون سنة مرت بها عملية التطور .

نظرية التحولات

كان كل هذا الاهتمام بتطور الجنس البشرى مجرد مقدمة لأسئلة هامة محددة تعد محورية بالنسبة لاهتمامات هذا الكتاب . وكما لاحظنا من قبل ، فإن هدفنا النهائى والأساسى هو محاولة استيعاب نتائج التغييرات الكبرى فى الاتصال والتى حدثت فى العصور الأخيرة كنتيجة للابتكار والاختراع وانتشار وسائل الإعلام . وكما لاحظنا أيضاً فيما سبق ، فإن إحدى الوسائل التى يمكن من خلالها تقييم ثورة الاتصال الراهنة هى النظر إلى ما حدث فى أوقات سابقة للبشرية عندما وقعت تغييرات كاسحة فى مجال القدرة على اقتسام المعانى والمشاركة فيها .

والتجربة المبكرة للأنواع الإنسانية على كوكبنا ، توصف غالباً من جانب علماء الآثار وغيرهم من الخبراء فى إطار العصور المختلفة بأوصاف مثل القديم والوسيط والحجرى أو البرونزى والحديدى . وهذه الأسماء ، كلها ، تشير إلى عصور وفترات بعضها قصير والبعض الآخر امتد لعدة قرون وتمكن خلالها الإنسان القديم من صناعة الأدوات باستخدام المعادن المختلفة أو تطوير تقنيات متباينة لحل مشكلاته وإنتاج طعامه وصناعة أسلحته . وهذه الفترات وتقسيماتها العديدة (مثل العصر الحجرى القديم ، والعصر الحجرى الوسيط ، والعصر الحجرى الحديث . . إلخ) تساعد بلاشك فى تتبع تطور صناعة الأداة أو الآلة وتقنيتها ، ولكنها تعجز تماماً عن إلقاء الضوء على جانب أكثر أهمية من جوانب الوجود الإنسانى ألا وهو القدرة على الاتصال .

وهناك وسيلة أهم بكثير يمكن عن طريقها النظر إلى التطور الإنسانى ، وهى تحديد سلسلة من العصور التى حقق خلالها أسلافنا ، البدائيون والمحدثون ، قفزات متتالية بالنسبة لقدرتهم على تبادل وتسجيل واستعادة ونشر المعلومات . وقد كانت هذه القفزات ، قبل أى شىء آخر ، هى التى مكنت الأنواع البشرية التى ظهرت خلال عصور التطور من التفكير والاختراع وتجميع الحلول التى تم التوصل إليها لمشكلات العيش ثم نقلها بعد ذلك للآخرين .

إن النظر إلى تطور الجنس البشرى من منطلق عصور الاتصال وتزايد تعقيدها لا يعنى أن القضايا الأخرى ليست هامة . فمن المفيد التعرف على العصور التى تمكن خلالها نوع أو آخر من البشر من ضرب الحيوانات بالحجر بدلاً من الصوان أو ضرب

بعضهم البعض بالفئوس المصنوعة من البرونز بدلاً من الحديد . ورغم ذلك ، فإن التقدم الهام والمتزايد للحضارة والذى حققه الإنسان القديم خلال الأربعين عاماً الأخيرة اعتمد على سيطرته على أنظمة اتصال أكثر من اعتماده على المواد التى استخدمها فى صناعة الأدوات . وفى حين أنه ليس من السهل طرح استنتاج حول حالة الحضارة الإنسانية اعتماداً على العظام القديمة أوبقايا الأشياء المادية ، فإنه من الأكثر صعوبة تحديد كيفية اتصال البشر ببعضهم وقيمة مثل هذا الاتصال ومعناه بالنسبة لطريقة حياتهم . ورغم ذلك ، فإن السيطرة على أنظمة الاتصال ، التى استخدمت لتخزين المعلومات وتبادلها واستيعابها ، هى التى تمثل نقاط التطور والتحول الحرجة والهامة فى التاريخ الإنسانى بل وحتى فى مرحلة ما قبل التاريخ . وكانت القدرة المتزايدة على الاتصال الكامل والدقيق هى التى أدت إلى تصاعد تطور التقنية المعقدة ، وأيضاً إلى تراكم الأساطير والخرافات والتفسيرات والمنطق والعادات وقواعد السلوك المعقدة التى تجعل الحضارة أمراً ممكناً .

وهكذا ، فمن الأكثر ملاءمة تفسير قصة الوجود الإنسانى بواسطة نظرية التحولات أى تفسيرها بلغة المراحل المتميزة لتطور الاتصال الإنسانى والتى كانت لكل مرحلة منها نتائج عميقة سواء بالنسبة إلى الفرد أو الحياة الاجتماعية بشكل عام . وباختصار ، فإن هذه العصور والأحقاب كانت مرتبطة بتطور الإشارة والكلام والكتابة والطباعة والاتصال بوسائل الإعلام التى نعرفها اليوم . إن فهم نتائج وعواقب هذا الانتقال من المراحل الأقدم إلى المراحل الأحدث ، يتيح الحصول على خلفية هامة للتطور وإدراك أهمية ونتائج المرحلة التى دخلها الجنس البشرى فى بداية هذا القرن .

ومن المحتمل أن أول مرحلة من هذه المراحل كانت هى عصر الإشارات والعلامات الذى بدأ مبكراً للغاية فى مستهل عصر ما قبل الإنسان وبدايات عصر الحياة الإنسانية البدائية ، قبل أن يعرف أسلافنا المشى معتدلى القامة بفترة طويلة . وفى البداية ، كان الاتصال بين مثل هذه المخلوقات السابقة على الإنسان يتم بنفس الطريقة التى كانت تحدث لدى الثدييات . وقد لعبت الاستجابات الموروثة أو الغريزية دوراً هاماً فى تحقيق مثل هذا الاتصال بينما كان تعلم سلوك الاتصال عند حده الأدنى . ومع التزايد البطىء لقدرة العقل ، قلت هذه الأهمية . فقد مرت ملايين وملايين السنين قبل أن يصبح من الممكن إقرار بعض الإيماءات والأصوات والإشارات القياسية بمعنى تلك التى تم

تعلمها والتى تتميز بعنصر المشاركة فى إدراك معانيها ، وتستخدمها الأجيال المتعاقبة لتحقيق المبادلات الأساسية التى تتطلبها الحياة الاجتماعية . ولكن كل ذلك لم يكن هو الكلام أو الحديث . فالعديد من الحيوانات كانت تلجأ إلى الصراخ والصياح وتستخدم الإشارات بالجسم للإشارة إلى الخطر أو لتوفر الغذاء أو إمكانية التزاوج أو ترتيب وتنسيق عملية الصيد . ومع تطور القدرة على التعلم عبر ملايين السنين من التطور فى مرحلة ما قبل الإنسان ، أصبحت أنظمة الاتصال القائمة على العلامات والإشارات أكثر تعقيداً وإحكاماً وأكثر ارتباطاً بالقواعد الثابتة وأيضاً أكثر تأثيراً وأشد فعالية .

ولقد حدث تطور جذرى ، وربما مفاجىء قياساً إلى المدى الزمنى الذى نتناوله ، عندما انتقل الجنس البشرى إلى عصر الكلام واللغة . وهناك دليل دامغ الآن على أن هذا العصر بدأ متأخراً بعض الشىء مع الظهور المفاجىء لـ Cro Magnon وهو شكل جديد من المخلوقات البشرية . ورغم عدم وجود اتفاق عام على هذا الرأى ، إلا أنه من الواضح أن هذه المخلوقات ، وهى أقرب أسلافنا إلينا ، قد بدأت مرحلة الكلام فى وقت ما بين ٩٠ ألف سنة و٤٠ ألف سنة مضت . ومنذ ٣٥ ألف سنة ، استخدمت اللغة كوسيلة للاتصال . والواقع أنه ليس غريباً علينا ما تعنيه الحياة فى مجتمع يكون الحديث فيه هو وسيلة الاتصال الأساسية . ومازالت هناك مجتمعات ، فى عصرنا الراهن ، تتميز بالأمية وتعتمد على الحديث والتخاطب فقط كوسيلة للاتصال . والحقيقة أن الناس جميعاً يعيشون الآن فى مجتمع التخاطب الشفهى ، ولكن معظمهم تجاوزوا حدود هذه المرحلة بإضافة الكتابة والطباعة ووسائل الإعلام العصرية .

ولقد تسارع الإيقاع بشدة فى العصور الأحدث حيث انتقل الجنس البشرى منذ ٥ آلاف سنة فقط إلى عصر الكتابة . ولقد تم ابتكار هذه الأداة العظيمة لتطوير القدرات الإنسانية بشكل مستقل فى أكثر من جزء من العالم . وعلى وجه خاص ، طور الصينيون وقبائل المايا الكتابة بشكل مستقل تماماً ، لكن الانتقال الأول لعصر الكتابة حدث بين السومريين والمصريين فى الهلال الخصيب القديم والذى يضم الآن أجزاء من تركيا والعراق وإيران ومصر .

وبعد ذلك بوقت طويل ، دخلنا عصر الطباعة . ويمكننا تحديد تاريخ معين (عام ١٤٥٥ بمدينة مينز فى ألمانيا) . وبينما يمكن تتبع الأشكال البدائية لما يشبه الطباعة إلى فترة زمنية أقدم فى التاريخ ، إلا أن أول كتاب أنتجته المطبعة ، باستخدام طريقة سبك

المعادن لصناعة الحروف ، صدر قبل عقود قليلة فقط من قيام الرحالة كريستوفر كولمبس برحلته الشهيرة . وقد انتقلت تكنولوجيا الطباعة بشكل سريع إلى جميع أنحاء أوروبا . ومن هناك انتقلت إلى مناطق أخرى من العالم وأحدثت ثورة فى طريقة تطويرنا للحضارة والحفاظ عليها .

وأخيراً ، دخلنا عصر وسائل الإعلام . وكان هذا انتقالاً بدأت ملامحه بشكل ما فى بدايات القرن التاسع عشر بظهور الصحف التى تخاطب الإنسان العادى والعامة ، وأيضاً وسائل الإعلام الكهربية مثل التلغراف والتليفون . وقد كانت الجرائد امتداداً لعصر الطباعة كما أن وسائل الإعلام الأخرى لم تكن متاحة أو مستخدمة بالنسبة إلى العدد الأكبر من الناس . وبصورة أكثر واقعية ، فإن عصر وسائل الإعلام قد بدأ فى مستهل القرن العشرين بظهور وانتشار الفيلم والراديو والتليفزيون بين عدد كبير من الناس . وكانت وسائل الإعلام هذه هى التى بدأت مرحلة الانتقال العظيم التى نواصلها الآن .

إن عواقب ومضامين تلك التغييرات الأخيرة فى عمليات الاتصال الإنسانى هى المادة الرئيسية والأساسية لهذا الكتاب . ولكن التطور الإنسانى والتراكم الثقافى يستمر ولذلك ، فقد تسللنا مؤخراً ، ربما دون استعداد ، إلى عصر الكمبيوتر . ولا أحد يمكن أن يحدد بثقة وتأكيد ما يحمله هذا العصر بالنسبة للاتصال ، ولكن أجهزة الكمبيوتر تحولنا بالفعل إلى ما أصبح يسمى بمجتمع الإعلام . والأكثر من ذلك ، فإن أجهزة الكمبيوتر والتكنولوجيات المرتبطة بها تعيد تحديد ملامح وسائل إعلامنا وتوسع نطاقها . ولاشك فى أنها ستواصل أيضاً تغيير عمليات الاتصال الإنسانى خلال السنوات القادمة . ورغم أن مضامين هذه التغييرات ليست واضحة على الإطلاق فى الوقت الراهن إلا أننا سنحاول معالجتها فى هذا الكتاب بقدر المستطاع .

ويجب أن يوضع فى الاعتبار أن نظرية التحولات هذه هى مسألة تراكم وتجمع أكثر منها عملية بيان لبعض الفترات المرتبة بتسلسل ولكنها متميزة ومنفصلة . وبمعنى آخر ، فإن أسلافنا البدائيين تعلموا استخدام العلامات والإشارات فى وقت مبكر للغاية . ورغم ذلك ، فمازلنا نستخدم هذه العلامات والإشارات حتى الآن على نطاق واسع . ولقد أضفنا إليها اللغة والكلام ثم الكتابة وبعد ذلك الطباعة ووسائل الإعلام وأصبح الكمبيوتر منتشراً . وهكذا ، فإن تاريخ الاتصال الإنسانى عبارة عن خليط أو مركب من

أنظمة الاتصال وليس ببساطة مجرد انتقال من نظام لآخر .

ومن أجل فهم أفضل للآثار العميقة التى تركتها أنظمة الاتصال هذه على الوجود الإنسانى خلال العصور المتتالية ، فإنه يتعين مناقشة كل منها بقدر من التفصيل ، وكما سيتضح فيما بعد ، فإن أنشطة الحياة اليومية للبشر خلال كل عصر قد تأثرت بعمق بأنظمة الاتصال التى كانت موجودة فى أيامهم ، وهكذا ، فإن أحد المبادىء الهامة التى يتعين فهمها هو أن طبيعة عمليات الاتصال فى مجتمع ما ترتبط تماماً وبحق بكل وجه من أوجه الحياة اليومية للناس فى هذا المجتمع . وهذا المبدأ صحيح بالنسبة لعصر التليفزيون كما هو صحيح بالنسبة لعصر ما قبل التاريخ عندما كان أسلافنا يصطادون حيوان الماموث (نوع اندثر من الأفيال كان يعيش فى نصف الكرة الشمالى) بالحراب على ضفاف الأنهار الجليدية الكبرى .

وبشكل أوضح ، فإننا نفترض أنه ، مع تطور الجنس البشرى ، تطورت أيضاً قدرة الإنسان على الاتصال . وكلما تزايدت قدرته على إتقان عمله أصبح من الأسهل عليه الابتكار والاختراع واقتباس الحلول من الآخرين . وأيضاً حشد وتجميع رصيد من المعارف والعلوم والفنون التى ساعدته فى البقاء على قيد الحياة . ومن ناحية أخرى ، فإننا لا نفترض أن عمليات التطور فى الاتصال كانت ناعمة وسلسة وذات شكل تدريجى بدأ بنظام بدائى من الأصوات والإشارات ووصل إلى مرحلة اشتراك الملايين فى مشاهدة إحدى المباريات الرياضية بالتليفزيون عبر الأقمار الصناعية . فبنفس الطريقة التى ظهرت بها أشكال بيولوجية جديدة فى نقاط معينة ، كانت هناك أيضاً قفزات مفاجئة نسبياً على صعيد قدرة الإنسان على الاتصال .

وقبل أن نحاول وصف هذه الانتقالات ، يتعين الالتفات إلى نقطة هامة وهى أن الدليل القوى على الاستنتاج الذى سنتوصل إليه بشأن المضامين الاجتماعية والنفسية لعصور الاتصال يختلف من مرحلة لأخرى . فمثل هذا الدليل معدوم أو ضعيف بالنسبة للمراحل المبكرة بينما هو قوى ودامغ فى المراحل المتأخرة . ولهذا فإن الجانب الأكبر من تحليلنا سيكون بالضرورة استقرائياً واستنتاجاً من مصادر متنوعة ونظم علمية مختلفة . وسوف يكون من الصعب التصنيف الدقيق والأكيد لبعض النتائج التى سنتوصل إليها وخاصة تلك المتعلقة بالإنسان القديم . ورغم ذلك ، فسوف تقوم هذه النتائج ، بقدر الإمكان ، على الأدلة المستمدة من الحفريات واكتشافات علماء الكيمياء العضوية

والفيزياء وغيرهم من الأخصائيين ، وبعض هذه الاكتشافات التى سنعتمد عليها حديث جداً . ومن ناحية أخرى ، فإن غرضنا ليس هو تقديم سجل تفصيلى دقيق لأنظمة الاتصال الإنسانى بحيث يكون صالحاً لكل زمان ، فالهدف ببساطة هو تقديم بحث عام أو نظرية للانتقالات تقارن بين ما لدينا الآن فى عالم الاتصالات وبين الأشكال المبكرة للاتصال والحدود التى فرضتها على ظروف الإنسان القديم .

عصر العلامات والإشارات

طرحنا فيما سبق أن أول وأقدم الأنواع الإنسانية ، حتى قبل الأنواع التى صنعت الأدوات ، ربما كانت قد مارست الاتصال بوسائل تشبه ما تفعله الحيوانات العليا الآن . أى عن طريق إحداث ضجيج والقيام بحركات جسدية تشكل علامات وإشارات مفهومة بالنسبة لبنى جنسها . وفى مرحلة من المراحل ، بدأ التعليم يلعب دون شك دوراً متزايد الأهمية فى امتلاك القدرة على الفهم والمشاركة فى الأنظمة المحلية للعلامات والإشارات التى كانت تتوصل إليها كل أسرة أو جماعة . ولقد تزايدت القدرة على التعلم فى نفس الوقت الذى تزايد فيه معدل كتلة المخ البشرى بالنسبة إلى كتلة الجسم . ولكن مهما كانت حدود الابتكار والتراكم الحضارى لأسلافنا الأوائل إلا أن هناك أدلة تؤكد أنهم لم يستخدموا لغة التخاطب والتى تحتاج لتكوين تركيبات صوتية دقيقة وماهرة [٢] .

والاحتمال الأرجح وفقاً للأدلة الإجمالية التى لدينا هو أن الأنواع الإنسانية الأولى مارست الاتصال من خلال عدد محدود من الأصوات التى كانت قادرة من الناحية الجسمية والطبيعية على إصدارها مثل الزمجرة والصراخ والهمهمة والدمدمة بالإضافة إلى لغة الجسد والتى من المحتمل أنها كانت تشمل إشارات الأيدى والأذرع وأوضاع وحركات أخرى أكبر . وبعد ذلك ، تطورت هذه القدرات عبر مراحل زمنية إلى الأفضل فى اتجاه أنماط معقدة وأكثر فعالية ودقة للاتصال على أساس قواعد مشتركة لتفسيرها وفهمها . ورغم ذلك ، فإن هذه الأنماط لم تتقدم أو تتطور إلى أنظمة للتخاطب اللغوى من النوع الذى نعرفه الآن والأكثر من ذلك أن استنتاجاتنا لو كانت صحيحة ، فإن هذه الأنماط لم تكن لتسمح لا بالاتصال السريع ولا بالتطور الحضارى المؤثر أو الكبير . وقد

كانت الرسائل المعقدة التى كان بوسع البشر القدماء نقلها فيما بينهم محدوداً . وربما كان الأكثر أهمية هو أن هؤلاء البشر كانوا محدودى القدرة فيما يتعلق بالطريقة التى يمكن لمثل هذا النظام أن يستخدم بها لأغراض « الاتصال الداخلى » أى الصور الذهنية التى تثيرها والأفكار التى تولدها لدى صاحبها .

ولكى نكون أكثر قدرة على التصور ، فإن من الواضح أنه كانت هناك إمكانية للاتصال عن طريق إشارات اليد والذراع دون الاعتماد على الكلمات المنطوقة . ونحن نرى ذلك طوال الوقت فى التليفزيون عندما يعطى حكم مباراة الكرة إشارات بذراعه مشيراً إلى التسلل أو العرقلة أو انتهاء وقت المباراة ، وهكذا . ويستطيع المرء ببساطة أن يتخيل الناس فى عصور ما قبل التاريخ وهم يستخدمون إشارات مماثلة لتنسيق عملية الصيد أو لتوضيح نواياهم ومفاهيمهم وآرائهم .

ولكن المرء يجب أن يتساءل : لماذا لم يتكلم هؤلاء الناس ببساطة ؟! فلقد كان بوسعهم ، رغم كل شىء ، إصدار الأصوات . ولقد سلطت الأضواء مؤخراً على هذا السؤال من خلال أعمال الباحثين فى علم أصل الإنسان القديم الذين درسوا الجماجم وغيرها من بقايا إنسان ما قبل التاريخ . وكان أهم ما توصلوا إليه هو أن الإنسان القديم قد اشترك مع بقية الثدييات الرئيسية فى بعض الصفات التشريحية مثل الحنجرة أو صندوق الصوت حيث كانت الحنجرة لدى الإنسان تتطابق مع مثيلتها لدى القرود . وتوضح القياسات الدقيقة لجمجمة الإنسان البدائى ، فى النماذج التى توصل إليها الكمبيوتر بالنسبة لطول اللسان وتصور الشكل الذى كانت عليه الأنسجة الرخوة المحيطة به ، أن مكان الحنجرة وصندوق الصوت لم يكن يسمح لأسلافنا الأوائل بإصدار ذلك المدى الهائل من الأصوات التى يحتاجونها لتطوير الكلام الإنسانى [٣] . بمعنى آخر ، فإن هؤلاء البشر القدامى لم يتكلموا لأنهم كانوا عاجزين من الناحية العضوية والجسمية عن ذلك . ونفس الشىء ينطبق على الحيوانات العليا (الثدييات العليا) اليوم . فالقرود والشمبانزى لا يمكن أن تتعلم تقليد الكلام البشرى لأن تركيبها العصبى والتشريحى لا يلائم هذه المهمة .

وليس معنى ذلك أن القرود فى هذا العصر عاجزة عن الاتصال أو أن الإنسان القديم كان عاجزاً عن ذلك فى عصره ، فكلاهما مارس سلوك الاتصال بشكل نسبى . والأرجح أن البشر القدامى قد تفوقوا وتجاوزوا حدود الاتصال التى تقف عندها رتبة

الحيوانـات العليا مثل القردة والشمبانزى فى عصرنا الحالى حيث كان بوسعهم إصدار الأصوات واستخدام إشارات الأيدى وتعبيرات الوجه وحركات الجسم وأوضاعه المختلفة للدلالـة على الأفكار وفقاً لقواعد ومفاهيم مشتركة للمعانى والتفسيرات . ولكن ذلك كان ، حتى فى أفضـل الأحوال ، نموذجاً بطيئاً وبدائياً للاتصال بالمقارنة مع الكلام الإنسانى القائم على اللغة . والأكثر من ذلك أن الاتصال المعقد والمطول لم يكن ممكناً لأسباب سنتولى شرحها فيما بعد .

ولتوضيح بعض حدود نظام الاتصال القائم على الإشارات والعلامات ، يمكننا ببساطة أن نتصور نوعين من المخلوقات البشرية القديمة يحاولان إيصال مضمون رسالة واحدة . إحدى المجموعتين تستطيع استخدام الكلام واللغة ، على حين أن المجموعة الأخرى تستطيع فقط استخدام الأصوات وإشارات الجسم . فالشخص فى المجموعة الأولى بسيطرته التامة على الحديث واللغة يستطيع توصيل الرسالة وأن يقول ما يلى خلال فترة لا تتجاوز ثمانى ثوان :

رأيت بالأمس صياداً شاباً ؛
كان يرتدى سترة من الفراء ويحمل حربة طويلة ؛
وكان يجرى صوب غزال نحو حفرة ماء .

لن يجد المستمـع ، الـذى يألف الكلمات وبناء الجملة وقواعد اللغة ، أى صعوبة فى استيعاب المعنى المراد من هذه الرسالة على الفور . حيث سيفهمها بلا توان وحتى فى أثناء نطق الكلمات . أى أنه سيستقبلها ويفهمها فى نفس اللحظة التى ينقلها فيها المتكلم .

وعلى العكس من ذلك ، فإن صاحب الاتصال أو الرسالة من المجموعة الثانية التى مازالت تعيش فى عصر الإشارات والعلامات سيتعين عليه نقل الرسالة نفسها بطريقة أشـد إرهـاقـاً وبـطئاً . . فسوف يستخدم إشارات وحركات الجسم وتكشيرات الوجه والضجيج والصراخ كإشارات لكل فكرة منفصلة . ومثل هذا الشخص قد يتعين عليه تقسيم المضمون إلى خطوات منفصلة . وسوف يتم نقل الرسالة بطريقة أقرب ما تكون إلى الفزورة التى تصور مقاطع معينة تمثل بطريقة « البانتوميم » ويطلب من المشترك فى

اللعبة أن يقول ما هى . وفى نفس الوقت ، يتم أيضاً تلقى الرسالة على مراحل وخطوات منفصلة وستتم العملية كلها ، على الأرجح ، بالصورة التالية مع الصرخات والحركات الخاصة بكل جزء ومع التوقف لبرهة فى نهاية كل جزء للتأكد من أنه كان مفهوماً :

رأيت صياداً
رايته بالأمس
كان يرتدى سترة من الفراء
كان يحمل حربة طويلة
كان الصياد يجرى
كان يجرى صوب غزال
كان الغزال قريباً من حفرة ماء .

لذلك ، فليس هناك شك فى أن أى نظام متطور للإشارات والعلامات يمكنه تناول هذه الرسالة . ولكن يجب ملاحظة أن نقل أو تلقى جزء واحد فى كل مرة سيستغرق وقتاً أطول بكثير ، وبالتالى يصبح معدل الإرسال والاستقبال ككل أبطأ بكثير . وليس هذا بمشكلة بالنسبة للرسالة السابقة لأنها قصيرة إلى حد ما . ولكن الرسائل الطويلة والمعقدة والتقارير والقصص تصبح مشكلة حقيقية ومرهقة لأى نظام اتصال يقوم على هذه الطريقة المتقطعة خاصة فى إطار الذاكرة التى ستمثل مشكلة فى حد ذاتها . فخبراء علم النفس يعرفون اليوم أن الناس يجدون صعوبة (ونفس الشىء ينطبق على الإنسان البدائى الذى كان يتميز بمخ أصغر) فى تذكر بدايات الرسائل الطويلة والبطيئة . ففى الوقت الذى يتم فيه تلقى الجزء الأخير من الرسالة يجد هؤلاء الناس صعوبة فى تذكر الأجزاء الأولى . وكلما كانت الرسالة طويلة ، كانت الصعوبة أكبر .

وبوجه عام ، فإن العاجزين عن الكلام لديهم محدودية هامة فيما يتعلق بقدرتهم على إرسال واستقبال الرسائل الطويلة ذات المعانى المركبة أو المعقدة . والواقع أن ذلك نقص بالغ الأهمية ، لأن مثل هذه الرسائل هى التى تشكل الأساطير والخرافات والتعليمات المعقدة وتفسيرات العالم المادى وهكذا . ومعنى ذلك ، أن تطور أى حضارة متقدمة نسبياً لم يكن أمراً ممكناً بحق فى عصر الإشارات والعلامات .

ومن الممكن استبعاد فكرة أن نظام الإشارة بالأيدى والأصابع ، على غرار ما يفعله

الصم والبكم فى العصر الحالى ، كان متاحاً فى عصر الإنسان القديم كبديل للغة التخاطب . فنظام الإشارات هذا يعد تعديلاً معاصراً يقوم على حروف الهجاء والمفردات وقواعد بناء الجمل والقواعد اللغوية المستمدة من اللغات الحية . لقد جاء الكلام واللغة أولاً وبعد ذلك جاءت لغة الإشارة كبديل فى وقت لاحق لمساعدة الأشخاص غير القادرين على الكلام أو السمع .

وما يعنيه كل ذلك هو أن الناس فى عصر الإشارات والعلامات كان يتعين عليهم التمسك بأن تكون رسائلهم بسيطة وبأن ينقلوا هذه الرسائل بطريقة بطيئة متروية . وهكذا ، فكما كانت أدوات الإنسان القديم بدائية ، كانت نماذج وطرق اتصالهم غير كافية ومزعجة إذا ما قورنت بنظم اللغة والتخاطب . وقد كان لهذه القدرة المحدودة على الاتصال تأثير هام على طبيعة الحياة الاجتماعية (التى كان لا يمكن أن تكون متطورة) وخاصة بالنسبة لعمليات التفكير . لقد ثبت بما لا يدع مجالاً للشك أن الأساليب التى نستخدمها للاتصال مع الآخرين هى نفسها التى نستخدمها فى الاتصال داخل أنفسنا . وبمعنى آخر ، فإن قواعد التفكير تتوازى مع قواعد الكلام أو الحديث . فالفكر أو التفكير شكل داخلى من أشكال اللغة .[٤]

وهكذا ، يبدو أنه ليس هناك مفر من الاعتراف بأن الناس الذين كانوا عاجزين عن الاتصال باللغة والكلام لأغراض التفاهم مع الآخرين كانوا أيضاً عاجزين عن تخزين واستدعاء أنماط الأفكار التى يحتاجونها للاتصال بالآخرين والاستيعاب الداخلى للمعانى وتصنيفها واستقرائها وتوليفها واستخلاص العام من الخاص والوصول للنتائج المنطقية المعقولة . وهكذا ، فإن الحياة العقلية للإنسان القديم لابد وأنها كانت مقصورة على المفاهيم الأساسية القائمة على أنظمتهم الخاصة بالإشارات والعلامات . وقد كان ذلك تقييداً خطيراً بحق ، ومفتاحاً هاماً للسبب الذى من أجله تطورت حضارة أسلافنا بهذا الشكل البطىء . وهكذا ، فربما كانت هناك فترة هائلة من الوقت ، ربما عدة ملايين من السنين ، حوصرت خلالها مختلف المخلوقات الإنسانية ، التى عاشت قبل عصر الإنسان بمعناه البيولوجى ، داخل أنظمة الاتصال القائمة على العلامات والإشارات . وقد تطورت عناصر الحضارة الإنسانية خلال هذه الفترة الطويلة ، ولكن هذه التطورات كانت تافهة وفقاً للمعايير الأحدث ، كما أنها جاءت بإيقاع هادىء وعلى خطوات متمهلة .

وحتى أقـدم المخلوقـات الشبيهـه بالإنسـان كانت متميزة على بقية الحيوانـات الأخـرى ، فقـد كانت لديهـا يد وإصبع إبهام يواجه بقية الأصابع بالإضافة إلى المخ أو العقل الذى كان يتيح لها مستوى دائم التزايد والتصاعد من القدرة على التعلم ، على الأقل بالمقارنة مع الحيوانات الأخرى . ورويداً رويداً . . اخترعت الأدوات والتقنيات وانتقلت تلك الحلول إلى الأجيال التالية كما اقتبستها ونقلتها عنها الجماعات القريبة . ورغم ذلك ، احتاج الأمر بالفعل إلى ملايين من السنين من أجل حدوث تغييرات ذات مغزى .

ومن ثم ، فنحن نرى هنا أحد أقـدم التأثيرات للاتصال . فرغم الاختلافات المتزايدة التى كانت تحدث بين الإنسان والأشكال الحيوانية الأخرى ، إلا أن عمليات الاتصال التى لم تتجاوز الأصوات والإيماءات البدائية ولغة الجسم وما أشبه ، وضعت قيوداً هائلة وحتمية على قدرة الإنسان القديم على التفكير والابتكار . وكانت النتيجة أن إيقاع ومجال التقدم الحضارى كان بطيئاً بحق .

عصر التخاطب واللغة

إن ما نعرفه عن إنسان الكرومانيون (Cro Magnon) ، أو إنسان الكهف الذى عاش فى مرحلة ما قبـل التـاريخ وعثـر على بقـاياه فى كهف كرومانيون بفرنسا ، أكثر بكثير مما نعرفه عن أى شكل آخر من أشكال الإنسان القديم التى تناولناها بالمناقشة . فقد صنع هذا النوع الإنسانى فى عصره القديم أدواته بمهارة وجمال وإتقان من الصخر وحجر الصوان . كما قام بنحت نماذج دقيقة للحيوانات والبشر من العظام والأحجار والعاج وغيرها من المواد . وربما كان الأهم من ذلك ما تركه إنسان الكرومانيون Cro-Magnon من لوحات على جدران العديد من الكهوف فى المناطق التى عاش بها . وقد عثر على المئـات منهـا فى أسبـانيا وجنـوبى فرنسا وبعضها يعد بحق قطعاً فنية رائعة من حيث التشكيل والألوان لدرجة أنه يمكن مقارنتها بأعظم إبداعات الفنانين المعاصرين . ولقد رسم إنسان الكرومانيون حيوان البيسون وهو حيوان برى أمريكى يشبه الثور ، وحيوان الرنة وهو نوع من الأيائل ، وغير ذلك من الحيوانات التى كان يصطادها . كما صنع ملابسـه من الجلد واكتشف تكنيك إكسـاب الـطين صلابـة باستخدام النار .

وربما كانت رسومات إنسان الكرومانيون هى أول محاولة لتخزين المعلومات والتى كانت بمثابة الشكل الأول للكتابة .

والأهم من ذلك أن إنسان الكرومانيون كان عنده هيكل جمجمة ولسان وحنجرة (صندوق صوت) تشبه تماماً تلك الموجودة لدى الإنسان المعاصر . والواضح أنه كانت لديه القدرة على الحديث ، وهناك على ما يبدو القليل من الشك فى أنه كان يتكلم . وهكذا ، يبدو أن اللغة ، أو التخاطب ، قد ظهرت فى وقت ما خلال الفترة بين ٣٥ ألف سنة و٤٠ ألف سنة مضت بين مخلوقات إنسانية تشبه الجنس البشرى الحالى من الناحية الجسمية .

والآن ، ما هى النتائج التى ترتبت على الانتقال إلى عصر الكلام واللغة ؟ لقد لاحظنا فيما سبق أنه عندما ظهر إنسان الكرومانيون لأول مرة فى المنطقة ، كان إنسان الكهف المعروف باسم نياندرتال موجوداً بالفعل فى نفس المنطقة . ومن الناحية الجسمية ، فقد كان إنسان نياندرتال أكثر قوة ، لذلك كان من الطبيعى أن تندلع المنافسة أو الصراع بين الاثنين على البقاء . وهناك القليل من الشك فى أن كليهما كان صياداً قديراً وذكياً فى نفس الوقت . فقد صنعا أدوات فعالة للغاية . ودفن أفراد النموذجين موتاهم ومعهم بعض أشيائهم (مما يشير إلى اشتراكهم فى الاعتقاد بوجود حياة أخرى بعد الموت) . وباختصار ، كان النوعان فى طريقهما المرسوم فى سلسلة التطور ، وكان من الممكن بسهولة أن يصبحا معاً أسلافاً للإنسان المعاصر ، ولكن إنسان النياندرتال انقرض .

والسؤال الآن هو . . لماذا ازدهر وتطور إنسان الكرومانيون وانقرض إنسان نياندرتال ؟ يقول البعض : حدث تزاوج بين الكرومانيون ونياندرتال . ولكن لا يوجد دليل مؤكد على ذلك ، كما أنه ليس من المحتمل اندلاع حروب بشكل منتظم بينهما نظراً لعدم وجود أى دليل يشير إلى حدوث ذلك . وهناك استنتاج أفضل بكثير وهو أن تمكن إنسان الكرومانيون من تطوير اللغة والحديث أعطاه ميزة كبرى على جيرانه . وقد أتاحت له اللغة القدرة على التخطيط والصيد بطريقة أفضل والدفاع عن نفسه بفعالية أكثر والاستغلال الأحسن لمناطق الصيد التى كانت خاصة بإنسان نياندرتال من قبل . وقد ابتكر الكرومانيون ونقلوا للأجيال التالية طرق حفظ الطعام والتدفئة فى الشتاء ، والتغلب عموماً على صعوبات الحياة فى بيئة قاسية . وفى نفس الوقت ، استمر إنسان

نياندرتال يعيش فى عصر الإشارات والعلامات بكل ما يعنيه ذلك من قيود وحدود . ومن ثم ، فعندما حدث تغيير هائل فى المناخ فى نهاية العصر الجليدى ، لم يستطع النياندرتال التكيف مع الظروف الجديدة .

ويمرور القرون ، استمر الكرومانيون فى الازدهار . وقد تزايد الجفاف فى المنطقة التى عاش فيها هذا النوع الإنسانى . وأصبحت حياة الصيد وجمع الثمار التى عاش عليها أكثر صعوبة . لذلك ، تراجع الكرومانيون إلى منطقة الهلال الخصيب على طول نهرى دجلة والفرات غرباً وحتى شواطىء البحر المتوسط وجنوباً حتى نهر النيل . وفى البداية ، قام إنسان الكرومانيون بجمع الحبوب البرية وعاش على الاقتيات كما اعتاد من قبل . ولكن المزيد من التغييرات المناخية جعلت هذا النمط من الحياة أكثر صعوبة . ثم ، وبشكل تدريجى ، بدأ الكرومانيون قبل عشرة آلاف عام من ميلاد المسيح يبتكر العناصر المختلفة التى كانً يحتاجها ليعيش حياته كمزارع أو فلاح . وكانت المسألة فى البداية نوعاً من الزراعة الطبيعية أى نثر البذور ثم العودة فى وقت لاحق لحصاد ما قد يكون نما من نبات . وقد تم ترويض الحيوانات واستئناسها خلال نفس الفترة . وكان هذا أيضاً عملية عشوائية . وكانت الكلاب هى أول الحيوانات التى تم استئناسها ، ثم الجياد والأغنام والماعز ، وفى النهاية الدواجن . وخلال الجزء الأول من هذه المرحلة ، تنقل إنسان الكرومانيون بين الزراعة والترحال . وفى عام ٦٥٠٠ قبل الميلاد ، بدأت حياة الزراعة الدائمة والقرى المستقرة . وأصبح الوجود الإنسانى أكثر استقراراً وأمناً وانتظاماً . وعاش الناس أعماراً أطول واتسع نطاق التجمعات السكانية .

أما التطور الحضارى ، فقد حدث بإيقاع متسارع . فمنطقة الهلال الخصيب كانت تعج بالمدن القديمة وبقايا حضارات ما قبل التاريخ . ولم يتعلم الناس فقط العمل فى الأرض وتربية الحيوانات وعبادة الآلهة . ولكنهم أيضاً ابتكروا تقنية ذات اتقان متزايد بما فى ذلك استخدام المعادن والنسيج والعجلات والبكرات وصناعة الفخار . وكانت لهؤلاء الناس أوقات فراغهم للابتكار والتجديد والتفكير أيضاً إلا أنهم كانوا مازالوا عاجزين عن الكتابة . أما اللغة نفسها ، فقد أصبحت أكثر تنوعاً . ولقد تطورت بثبات طرق جديدة للتخاطب بينما كانوا ينتشرون فى مناطق جديدة حيث كانوا يواجهون مشكلات جديدة ويتغلبون عليها . وعبر الأجيال المتتالية ، تم تعديل اللغات الأقدم ، إلا أن علماء اللغويات توصلوا إلى عدد كبير من الكلمات حوالى ٥٠ من مفردات ما قبل

التاريخ ، وفى العديد من اللغات الحديثة ، وأمكن تتبعها للوراء حتى ٥ آلاف عام قبل الميلاد « أى منذ ٧ آلاف عام مضت » للوصول إلى مصدرها المشترك (٥) وهو أصل العائلة الهندوأوروبية للغات . ويمكن القول أن هذا المصدر المشترك أدى فى النهاية إلى اللغة التى طورها أصلاً شعب الكرومانيون . وعلى أية حال ، فليس هناك جدال فى أن تطور التخاطب واللغة جعل من الممكن حدوث انطلاقات كبرى فى التطور الإنسانى .

وباختصار . . فإن الدرس الهام الذى يجب أن نتعلمه من نظرتنا السريعة لتطور التخاطب واللغة هو أن هذا الشكل من السلوك الإنسانى كانت له نتائج عميقة سواء بالنسبة للأفراد أو المجتمع . والقدرة على استخدام اللغة لم تسبب تغييرات كبرى ، ولكنها بالتأكيد ساعدت الوجود الإنسانى فى أن يخطو خطوات عملاقة إلى الأمام . والواقع أن الكلمات والأرقام وغيرها من الرموز ، بالإضافة إلى قواعد اللغة والمنطق ، ساعدت على تمكين الجنس البشرى من التأقلم مع بيئته الطبيعية والاجتماعية بوسائل لم تكن مطروحة على الإطلاق خلال العصر السابق وهو عصر الإشارات والعلامات . ومن خلال التمكن من النظم الرمزية ، أصبح بوسع الأفراد التصنيف والاستيعاب والتحليل والتوليف وإمعان الفكر . . وأصبح بوسعهم التذكر والنقل والتلقى أو الاستقبال وفهم الرسائل الطويلة والمعقدة بدرجة لم يسبق لها مثيل ، والتى كان من المستحيل تقريباً التعامل معها باستخدام الأشكال السابقة للاتصال . وباختصار ، فقد أتاح التحول إلى الاتصال بالتخاطب واللغة إحداث تعديلات مثيرة للوجود الإنسانى حيث انتقلت مجتمعات عديدة فى مختلف أجزاء العالم من أسلوب الحياة بالصيد وجمع الثمار إلى تطوير حضارات كبرى . ومع أنه لم تكن اللغة وحدها هى التى أحدثت كل ذلك ، فإن مثل هذه التغييرات كان من المستحيل أن تتم بدون اللغة .

عصر الكتابة

استغرق الأمر ملايين السنين حتى يتوصل الجنس البشرى إلى القدرة على استخدام اللغة . واستغرق الأمر عدة قرون حتى تصبح الكتابة إحدى حقائق الحياة الإنسانية ، وكانت هذه فترة زمنية أقصر من الناحية النسبية .

إن قصة الكتابة هى قصة الانتقال من الكتابة التصويرية أو الوصف التصويرى إلى

نظم علم الصوتيات ، ومن التعبير عن الأفكار المعقدة بالصور أو الرسومات المعبرة إلى استخدام الحروف البسيطة للتعبير عن أصوات محددة . وكانت أقدم المحاولات لتسجيل المعلومات حتى يمكن استعادتها فيما بعد هى الرسومات الدقيقة للحيوانات ، ومشاهد الصيد على الأحجار التى كانت هى أول وسيط يتم تسجيل المعلومات عليه . وقد لاحظنا فيما سبق أن إنسان الكرومانيون أبدع صوراً رائعة على جدران الكهوف . وربما استخدم وسائل أخرى ولكنها لم تتمكن من البقاء لتصل إلينا .

الكتابة التصويرية المتعارف عليها (الاصطلاحية) . إن صور الأحداث تمثل تقدماً بالنسبة لما قبلها مادام بوسع من كانوا يستخدمونها فك رموز معانيها التى كان الهدف هو توصيلها إليهم . لكن هذه الفكرة لم تتحقق بسهولة ، بل ربما احتاج ذلك لآلاف السنين . والواقع أنه لم تكن الصور ذات دلالة أو ذات معنى متفق عليه ، فإن قيمتها تصبح محدودة كعنصر مساعد فى عملية الاتصال . وكان المفتاح ، بالطبع ، إلى هذه الوسيلة الجديدة للاتصال ، هو تطوير معانى قياسية أو اصطلاحية متفق عليها للتعبير بالكتابة التصويرية .

ومن ثم كانت هذه هى الخطوة الأولى فى تطور الكتابة ولكنها لم تبدأ إلا بعد فترة من استقرار الزراعة . وقد كان أهم بواعث تطوير الكتابة هو حاجة الناس إلى طرق لتسجيل حدود الأرض والملكية وقد أدى النشاط التجارى إلى تزايد الاتصالات بين الشعوب المختلفة ، فاحتاجوا بالتالى إلى تسجيل عمليات البيع والشراء بينهم . وكانت هناك حاجات عديدة أخرى يتعين الوفاء بها فى مجال الاقتصاد الزراعى ، وكانت الكتابة ضرورية لتلبية هذه الحاجات . فعلى سبيل المثال ، كان من الضرورى متابعة مناسيب مياه الأنهار مثل نهر النيل وحركة الأجرام السماوية التى تتحكم فى مواسم الزرع والحصاد . ولذلك ، لم يكن من المفاجىء أن تبدأ الكتابة أولاً فى سومر وفى مصر القديمة وهى أول المناطق التى ظهرت فيها الزراعة .

وفى حوالى عام ٤٠٠٠ قبل الميلاد ، بدأت تظهر النقوش التى يبدو أنها كانت مرتبطة بالمعانى ، وقد حدث ذلك فى مملكة بين النهرين ومصر . وبوجه عام ، فإن هذه النقوش كانت عبارة عن صور بدائية مرسومة أو محفورة على جدران المبانى أو الأسطح المشابهة وخلال فترة قصيرة نسبياً من الزمن ، أصبح (تقنين المعانى) ، أو وضعها فى

صيغ اصطلاحية متفق عليها ، حقيقة واقعة . فالرسم البسيط لشروق الشمس يعنى اليوم ، ورسم القوس والسهم يعنى الصيد ، ورسم الإنسان يعنى رجل ، والخط المتعرج يعنى البحيرة أو النهر . . كل هذه الرسومات والنقوش كانت نموذجاً للرموز المصورة التى تطورت منها الكتابة . وهكذا ، فإن الربط بين عدة رسومات يمكن أن يحكى قصة مثل : « خرج رجل للصيد قرب النهر » . والنقطة الأساسية هى أن القواعد قد اخترعت وقننت (أى أصبحت اصطلاحية) حتى تثير هذه الرسومات والنقوش معانى محددة . وقد سمحت هذه المعانى بتخزين المعلومات وأصبح تصوير الأفكار من الممكن أن يقوم به شخص ويتلقاه شخص آخر . حتى المسافة والزمن أصبح من الممكن التغلب عليهما . ومع الكتابة التصويرية القياسية أو الاصطلاحية ، أصبح من الممكن فك رموز الرسائل التى يبعث بها أناس على مسافات بعيدة أوحتى أناس ماتوا بالفعل . ولم يكن من العجيب أن ينظر إلى الكتابة بقدر ملحوظ من الرهبة والإجلال .

وقد ابتكر المصريون القدماء نظام النقوش البارزة الدقيقة أو الرموز الشخصية . وفى البداية ، كانت هذه الرموز حفراً على الحجر ولكنها بمرور الوقت أصبحت ترسم وتلون . ولقد ارتبطت النقوش المصرية البارزة بقواعد لإثارة المعانى القياسية المعقدة . وكان نظام الكتابة التصويرية لدى المصريين القدماء يشبه اللغة الصينية المعاصرة ، فكل رمز كان يمثل فكرة معينة أو شيئاً أو مفهوماً محدداً . ولكى يتم الاتصال بطريقة معقدة ، كان يتعين على الشخص الذى يقوم بالكتابة والشخص الذى يقرأ الرسالة التمكن من عدد هائل من هذه النماذج والرموز . ولذلك ، ففى البداية ، كانت معرفة القراءة والكتابة مقصورة على المتخصصين . وكان كتاب المخطوطات القدماء يدرسون لسنوات لمعرفة آلاف الرموز التى يحتاجونها لتدوين الرسائل باللغة الهيروغليفية أو لفك رموزها للأثرياء وذوى النفوذ .

الكتابة على أساس النطق . ولقد طور السومريون ، وهم شعب كان يعيش شمالى الخليج العربى نمطاً آخر من الكتابة . وانطلقوا من استخدام الصور الصغيرة المرسومة على لوحة طرية من الطمى للتعبير عن الأفكار . ولأنه كان من الصعب رسم الصور بتفاصيلها الواقعية ، فقد تزايد اتجاه السومريين نحو استخدام أسلوب موحد للتعبير بالصور . وقبل أن يمر وقت طويل ، لجأوا إلى استخدام طرف عصا تم بريها لتصبح ذات

سن مدببة فى عمل علامات على الطمى . ولم يكن ممكناً إنتاج صور يمكن التعرف عليها بسهولة بهذه الطريقة . لكن هذه الطريقة كانت ، رغم ذلك ، طريقة سريعة وبسيطة لعمل رسوم مميزة يمكن أن تحمل معانى معينة . ولم تكن صور الأشياء ضرورية بالفعل . وقد أطلق على هذه الطريقة اسم الكتابة المسمارية (cuneiform) وهو الاسم الذى تعرف به الآن . ولقد وصلت إلينا أمثلة ونماذج عديدة لهذه الكتابة من خلال تسخين ألواح الطمى المكتوب عليها وتحولها إلى ما يشبه الفخار .

وأهم ما جعل النظام السومرى فى الكتابة مختلفاً عن غيره هو أنه فى حوالى عام ١٧٠٠ قبل الميلاد توصل السومريون إلى فكرة أن يعبر كل رمز قياسى صغير عن صوت محدد بدلاً من أن يعبر عن فكرة أو شىء . وكانت قيمة هذا الابتكار هائلة . فبدلاً من آلاف الرموز المنفصلة (رمز لكل شىء أو فكرة) أصبح من المطلوب عدد أقل من الرموز للتعبير عن أصوات المقاطع التى تتكون منها الكلمات . (إن كتابتنا الألفبائية التى يحتفظ فيها كل حرف ساكن أو متحرك بشخصيته تعد أبسط بكثير مما توصل إليه السومريون) . ورغم ذلك ، فإن استخدام الرموز والصور للتعبير عن مقاطع صوتية للكلمة كان هو الخطوة الأولى فى تطوير الكتابة الصوتية ، وكان إنجازاً هائلاً فى مجال الاتصال الإنسانى . وقد ساعد هذا التطور ، بوجه خاص ، على تيسير وتسهيل معرفة القراءة والكتابة ، حيث أصبح على المرء أن يتذكر فقط مائة رمز أو نحو ذلك لمعرفة مختلف المقاطع الصوتية فى اللغة .

وخلال أقل من ألف عام ، ظهرت الكتابة الألفبائية وانتشرت بسرعة نسبية فى أنحاء العالم القديم . وبعد عدة قرون ، وصلت إلى بلاد الإغريق (اليونان) . وفى ذلك الوقت ، كانت فكرة استخدام رموز الحروف للتعبير عن الأصوات الساكنة والمتحركة بدلاً من المقاطع الصوتية قد تطورت تماماً . وكان ذلك تقدماً كبيراً ، لأن المسألة لم تعد تحتاج إلا إلى أقل من مائة رمز . واليوم ، على سبيل المثال ، لدينا ٢٦ حرفاً هجائياً فى اللغة الانجليزية .

ولقد خسرت بعض المجتمعات لأنها استقرت على الخيار الخطأ خلال تلك الفترة ، فالمصريون القدماء ، على سبيل المثال ، أحبوا نقوشهم الجميلة وكانوا مترددين فى استخدام حروف الهجاء . وفى وقت ما ، استخدم المصريون الرموز للسواكن فقط ، ولكن كان يتعين على المرء معرفة الكلمة لكى يتلقى مدلولها الصوتى دون وجود حروف

متحركة ، ومثلاً فإننا فى اللغة الانجليزية نكتب (bldg) ؛ ونقول (building) ، ولو فعلنا ذلك مع جميع الكلمات لأصبح الأمر صعباً . ولهذا السبب ، ظلت الكتابة المصرية القديمة صعبة ولم تستطع منافسة الأشكال الأخرى الأكثر كفاءة . وفى نهاية الأمر ، تمكن قدماء المصريين من تطوير الكتابة على أساس المنطوق ولكن بعد فوات الأوان .

وبعد تنويعات عديدة بين الكثير من الشعوب ، كان الإغريق (اليونان) هم أفضل من طور نظاماً اصطلاحياً فعالاً وبسيطاً للكتابة . ففى حوالى عام ٥٠٠ قبل الميلاد ، كانت لديهم حروف كتابة تستخدم على نطاق واسع . وبعد ذلك انتقلت حروف الكتابة اليونانية إلى روما حيث تم تعديلها وتحسينها بشكل أفضل . واليوم ، فإننا نستخدم الحروف الرومانية الكبيرة majuscule والصغيرة minuscule . وبعد قرون ، أصبحنا نطلق عليها الحروف العليا والحروف السفلى وفقاً لوضعها على لوحة الأزرار بالآلة الكاتبة .

ولقد أصبحت حروف الكتابة أحد أهم منجزات الجنس البشرى فى كل العصور ، إلى جانب اختراع الأدوات واكتشاف النار واللغة نفسها . ولولا حروف الكتابة هذه ، لظلت الغالبية العظمى من سكان العالم تعانى من الأمية . وكذلك ، فإن التطورات الهائلة فى العلوم والفنون ونظم الحكم والعقيدة أصبحت ممكنة التحقيق ، لأن الناس أصبح بوسعهم القراءة . ولقد بدأ التاريخ نفسه بالسجلات المكتوبة ولكن ذلك كان فقط منذ حوالى ٢٥٠ جيلاً مضت . لكن هذه الفترة الزمنية تعد فترة قصيرة للغاية قياساً إلى سبعين مليون سنة .

أهمية وسائل نقل المعلومات المحمولة . كانت المسالة الكبرى بالنسبة للكتابة الهيروغليفية ، وإلى حد ما بالنسبة لألواح الطين والفخار الخاصة بالكتابة المسمارية ، هى مسألة حمل الرسالة المكتوبة ، أو نقلها من مكان إلى مكان . وبوجه خاص ، فإن ، الحجر كوسيط ، كانت لديه القدرة على التحمل عبر الزمن ولكن كان من الصعب إن لم يكن من المستحيل نقله عبر المسافة . ومع تعقد المجتمعات القديمة ، أصبح من الضرورى البحث عن وسيط يتيح نقل الرسائل المكتوبة عليه بسهولة .

وفى حوالى عام ٢٥٠٠ قبل ميلاد المسيح ، اكتشف المصريون القدماء طريقة لصناعة نوع من الورق من نبات البردى . وقد كان ورق البردى بالمقارنة مع الحجر ،

خفيفاً للغاية ، بل وكان من الأسهل الكتابة عليه بالفرشاة والحبر بدلاً من النقش على الحجر . وقد وجد نبات البردى أصلاً فى دلتا النيل فقط . وكان يتم قطع سيقان نبات البردى الخضراء الطازجة وتقشر ثم تقطع إلى شرائح وشرائط رفيعة ثم توضع متقاطعة واحدة فوق الأخرى ويدق عليها حتى تصبح شريحة واحدة يتم بعد ذلك الضغط عليها وتجفيفها . وكان من الممكن عمل لفات طويلة من ورق البردى بربط كل شريحة بالأخرى . وكان كاتب المخطوطات المصرى القديم يستخدم نوعين من الحبر (أسود وأحمر) ، وفرشاة مصنوعة من نوع آخر من النبات . ويدأ تبسيط الرسوم والرموز لأن كتبة المخطوطات كانوا يريدون أشكالاً أسهل وأيسر للكتابة السريعة .

وبين قبائل المايا ، ظهرت تحولات مماثلة بالنسبة للوسيط الذى يحمل الرسائل المكتوبة ، فقد اكتشفوا أن الشرائط الطويلة من لحاء الشجر الملون يمكن الحصول عليها من بعض النباتات . وقد حصلوا بالفعل على شرائط طويلة ونظيفة من اللحاء الداخلى للأشجار تراوح عرضها بين ست وثمانى بوصات (١٥ إلى ٢٠ سنتيمتراً) ويبلغ طولها عشرين قدماً (حوالى ٦ أمتار) ، وكان شريط اللحاء ينقع فى الماء ويدق عليه ليصبح منتظم السُمْك وتزداد مرونته وليونته . وبعد ذلك كان يتم طى اللحاء فى صورة كتاب ذى صفحات مثنية بعناية ، وكانت توضع قطعة من الخشب فى نهاية كل صفحة حتى يمكن إغلاقه مثل آلة الأكورديون الموسيقية . وكانت الكتابة ترسم على الوجهين وغالباً ما كانت تزين بأشكال جميلة . ولقد أصيب الفاتحون والغزاة الأسبان لبيرو فى القرن السادس عشر بالدهشة عندما وجدوا شعوب العالم الجديد تعيش فى مساكن حجرية جيدة البناء وكل مسكن منها يحتوى على كتب ومكتبات . ولسوء الحظ ، فقد أحرق العسكريون الأسبان الآلاف من هذه الكتب خلال الغزو بهدف الحد من نفوذ الكهنة والزعماء على مواطنيهم ؛ لذلك لم تبق سوى نماذج قليلة من هذه الكتب .

ولقد كانت أهم نقطة فى هذا التحول من الأحجار الثقيلة إلى وسائل الإعلام الخفيفة والتى يمكن حملها بسهولة ، أنها فتحت الباب أمام إمكانية حدوث تغيير كبير فى النظام الاجتماعى وثقافة المجتمع وحضارته . وقد توفرت الظروف الضرورية للتغييرات الاجتماعية والثقافية الكبرى من خلال التوصل إلى تكنولوجيا اتصال تقوم على استخدام وسيط خفيف يمكن نقله بسهولة بالإضافة إلى رموز للكتابة يمكن لكتاب المخطوطات كتابتها وقراءتها بسهولة [٦] . ولقد تأثر هيكل المؤسسات الاجتماعية بأسره

بهذا التطور . وفى مصر القديمة عام ٢٠٠٠ قبل الميلاد ، على سبيل المثال ، كان البردى يستخدم على نطاق واسع لنقل الأوامر المكتوبة وتسجيل المعلومات فى مختلف المجالات ؛ لذلك استخدمت الإدارة المركزية جيشاً من الكتبة . وأصبحت معرفة القراءة والكتابة ميزة كبرى تفتح الأبواب أمام من يمتلكها للرفاهية والرقى الاجتماعى . وأصبح الكتبة يحتلون طبقة اجتماعية متميزة تسيطر عليها النخبة فى المجتمع المصرى القديم . كما حدثت تغييرات هائلة فى المؤسسات السياسية والدينية ، كنتيجة للقدرة على الكتابة والتسجيل وتم فتح المكتبات العامة ، وسجلت التعاليم والنصوص الدينية وأقيمت المدارس لتعليم القراءة والكتابة ، وحتى العلوم والفنون بدأت تتطور أيضاً . وأمكن تسجيل وسائل العلاج الناجحة للأمراض وأيضاً الملاحظات العديدة للأحوال الطبيعية وتفسيراتها . وتحرر العقل البشرى من عبء حفظ وتذكر تراث حضارات بأسرها وإعادة طرحها على عقل وذاكرة كل جيل جديد . وأصبح من الممكن تسجيل الأفكار وتراكم رصيد المعرفة الإنسانية جيلاً بعد جيل . وكانت هذه هى الخطوة الكبرى إلى الأمام فى مسيرة الجنس البشرى عبر عصر الكتابة .

عصر الطباعة

وإلى جانب الكتابة ، كانت الطباعة أحد أعظم منجزات الجنس البشرى فى كل العصور . وقد كان الناس ، قبل القرن الخامس عشر ، ينسخون الكتب فى أوروبا عن طريق عمل مخطوطات أو نسخ من هذه الكتب تتم كتابتها يدوياً . ومع أن العديد من هذه الكتب يمثل تحفاً فنية رائعة ، إلا أن عملية النسخ اليدوى غالباً ما كانت عرضة لحدوث أخطاء . والأهم من ذلك أن عدد الكتب المتاحة كان محدوداً للغاية ولم يكن شراؤها بوسع أحد سوى دائرة ضيقة من الأشخاص القادرين . ولقد أحدثت الطباعة تغييراً مذهلاً ، حيث أصبح من الممكن نسخ المئات وربما آلاف النسخ من كتاب معين بقدر كبير من الدقة . وكانت الطباعة ـــ بحق ـــ اختراعاً لا يصدقه عقل ، له وقع الصاعقة فى أوساط المتعلمين فى ذلك الحين .

وقد جاءت أخطر المراحل التى أسفرت فى النهاية عن ظهور الطباعة فى العالم الغربى عندما بدأت الورقة تحل محل المخطوطة الرقية (المصنوعة من الرق) فى العالم الإسلامى

خلال القرن الثامن الميلادى ، « ظهر الورق قبل ذلك بكثير فى الصين » . ومن العالم الإسلامى ، انتشر الورق بشكل تدريجى إلى أوروبا المسيحية خاصة بعد فتح الأندلس (أسبانيا) . ورغم ذلك ، فإن رجال الدين والقادة السياسيين والعلماء وكتبة المخطوطات لم يفقدوا احتكارهم للقراءة والكتابة إلا بعد اختراع المطبعة فى القرن الخامس عشر . ومع انتشار معرفة القراءة والكتابة ، كان عدد قليل من الناس فقط بوسعهم التنبؤ بمدى التأثير العميق الذى ستحدثه الطباعة فى تاريخ الإنسانية .

الطباعة بجمع الحروف . إن فكرة استخدام الختم لترك أثر على سطح ما أو طبع صورة على الطمى الطرى باستخدام اسطوانة خشبية تدور وقد حفرت عليها بعض الرموز ، تعد فكرة قديمة . وحتى عملية طبع صفحة كاملة من الحروف ، عن طريق الضغط عليها بقوة فوق سطح من الخشب الأملس لتترك صورة معكوسة يتم تحبيرها وطبعها بطريقة الختم على ورقة أو أى سطح آخر ، كانت معروفة أيضاً منذ وقت طويل . فقد استخدم الصينيون هذه الطريقة وطبعوا بها كتاب الماسة سوترا أو محاورات بوذا وهو أول كتاب فى العالم حوالى سنة ٨٠٠ بعد الميلاد . وكان ذلك قبل ظهور الطباعة فى المجتمع الغربى بمئات السنين . وكانت هذه الطريقة أبعد ما تكون عن نظام الطباعة الخاص باستخدام حروف فردية مصفوفة من المعدن .

والطباعة كما نعرفها الآن لم تكن ممكنة حتى توصل صائغ مغمور فى مدينة « ميتز » بألمانيا يدعى جوهان جوتنبرج إلى طريقة فريدة للطبع . فبعد تجارب عديدة ، طور جوتنبرج فكرة عمل ختم من الصلب لكل حرف بحيث يكون الحرف محفوراً بدقة وبطريقة معينة ، وبعد ذلك قام بطبع صورة هذا الحرف عن طريق الضغط على مربع من معدن أكثر ليونة مثل النحاس الأصفر . وكان يقوم بوضع قالب من الصلصال حول الأثر الذى تركه الحرف المصنوع من الصلب على النحاس حتى يقوم بعد ذلك بصب الرصاص المنصهر فيه لعمل قالب مصبوب من الحرف . وهذا القالب يمكن استخدامه أكثر من مرة لصب أى عدد من الحروف يحتاجها عامل الطباعة . وبعد ذلك يمكن رص الحروف وجمعها فوق لوحة لتشكيل كلمات وجمل . ويتم تضبيط هذه الحروف بإحكام حتى لا تتحرك ثم تحبيرها وتضغط عليها قطعة من الرق أو الورق فتنتج صورة واضحة تماماً . وقد اتضح أن معدن الرصاص لين أو طرى أكثر من اللازم . ولكن جوتنبرج

اكتشف ، فى النهاية ، طريقة لخلط الرصاص بمعادن أخرى لعمل نوع من السبيكة التى حققت نتائج ممتازة .

وكانت المشكلة الوحيدة المتبقية هى المطبعة ، فقد كان نموذج المطبعة اليدوية التى تعمل بالضغط اللولبى قديماً . وكان استخدام هذا النموذج كآلة للضغط شائعاً لعدة قرون فى مجال عصر الزيتون لاستخراج الزيوت وعصر العنب للحصول على النبيذ . وقد حصل جوتنبرج على آلة ضخمة لعصر النبيذ وأدخل عليها تعديلات كثيرة مثل توفير سطح توضع عليه لوحة الحروف وسطح أملس للضغط على الورقة التى ستتم الطباعة عليها . ولأن كل شىء كان يجب صفه وترتيبه بدقة تصل إلى جزء من البوصة ، فقد كان من الضرورى عمل تجارب عديدة . وفى النهاية ، قام جوتنبرج بتشغيل هذه المطبعة بنجاح بعد أن وضع الحبر على الحروف واستخدم الحواجز الملائمة لضمان ثبات لوحة الحروف وعدم تحرك صفوف الحروف بداخلها . وكانت النتيجة رائعة حيث ظهرت الحروف واضحة ونظيفة ، ولم تكن هناك أخطاء كتلك التى كانت شائعة أثناء استخدام طريقة النسخ اليدوى .

ورغم ذلك ، كان جوتنبرج يشعر بالقلق لأنه لم يكن واثقاً من أن اختراعه الذى استغرق منه ٢٠ عاماً لإكماله سوف يحظى بالانتشار على نطاق واسع . كذلك ، كان جوتنبرج قلقاً من أن يفضل القادرون على شراء الكتب النماذج المنسوخة يدوياً وأن ينظروا إلى اختراعه على أنه نوع من التقليد الرخيص . وقد كان ذلك أحد الأسباب التى دفعته إلى أن يكون مشروعه الأول هو طبع إنجيل مزين بأشكال جميلة . فقد شعر أنه سيكون قادراً على بيعه للأغنياء . وأثبتت الأيام أن تجربة جوتنبرج كانت ناجحة بشكل مذهل . وكان الإنجيل الذى طبعه جوتنبرج هو أروع أمثلة فن الطباعة التى تم إنجازها على الإطلاق .

ومن المحزن أن جوتنبرج لم تتح له الفرصة للاستمتاع بثمار عبقريته وقدرته على التخيل . فقد اقترض أموالاً كثيرة من محاميه فى أثناء تطويره لاختراعه . وبينما كان فى المرحلة الأخيرة من مشروعه الأول ـ طباعة الإنجيل الشهير ـ طلب منه محاميه سداد ديونه ورفع ضده دعوى فى المحكمة وانتزع منه ملكية الورشة والمطبعة وكل ما يتعلق باختراعه الجديد بما فى ذلك ٢٠٠ نسخة مطبوعة من الإنجيل إلى جانب ممتلكاته بالكامل . وبعد سنوات مات جوتنبرج فقيراً معدماً ، ولم يعرف أبداً أى خدمة كبرى قدمها للبشرية باختراعه العظيم .

انتشار القراءة والكتابة . مع مولد القرن السادس عشر ، كانت المطابع التى تعمل بطريقة الجمع اليدوى للحروف تنتج آلاف النسخ من الكتب المطبوعة على الورق . وكان يتم نشر وتوزيع هذه الكتب بجميع اللغات الأوروبية ، وهكذا أصبح من الممكن أن يقرأها أى شخص ملم بلغته الأصلية . وأدى انتشار هذه الكتب إلى زيادة الاهتمام بتعلم القراءة .

فلأول مرة أصبح الكتاب المقدس متوفرًا بلغة أخرى غير اللاتينية . ولم يعد بوسع الكنيسة الرومانية أن تشرف على أو تتحكم فى إصدار الكتاب المقدس من خلال استخدام لغة قديمة . وقد أدى توافر الكتاب المقدس لعامة الناس بلغاتهم الأصلية إلى ظهور تحديات لسلطة روما واحتكارها لترجمات الإنجيل . وهكذا ، فقد أتاح ظهور وسيلة اتصال جديدة إمكانية فتح الباب أمام الاحتجاج على الهيكل الدينى والاجتماعى القائم . وأدى ظهور البروتستانتية إلى المزيد من التغييرات العميقة التى كان لها أثرها على المجتمع الغربى حتى يومنا هذا .

ولقد ظهرت الفكرة الأساسية للصحيفة فى وقت مبكر بعض الشىء بالقارة الأوروبية فى انجلترا وفى العالم الجديد . وقد تأسست صحافة المستعمرات الأمريكية قبل سنوات من قيام الولايات المتحدة كدولة جديدة . وكانت صحف المستعمرات توزع على الصفوة المتعلمة فى شكل أوراق صغيرة وكتيبات . وكما سنرى بالتفصيل فى الفصل الثانى ، كان مضمون هذه الصحف على مستوى من التعقيد والرهافة يتجاوز قدرات واهتمامات المواطن العادى [٧] . ورغم ذلك ، فقد كانت بمثابة الشكل الأساسى الذى تطور عنه نوع جديد من الصحف التى تخاطب القاعدة العريضة من الحرفيين والعمال والتجار الذين كانوا يشكلون الطبقتين الوسطى والعاملة وهما أهم طبقتين فى مجتمع المدينة الصناعى الذى كانت ملامحه تتشكل فى ذلك الحين . وعندما توفرت الوسيلة لتمويل إصدار جريدة رخيصة الثمن للتوزيع على نطاق واسع ، وعندما تم تطوير الجوانب الفنية الخاصة بسرعة الطبع والتوزيع ، ولدت أول وسيلة إعلام جماهيرية ، والتى عرفت باسم « صحيفة البنس » إشارة إلى أن ثمنها لا يتجاوز بنساً واحداً وقد حدث ذلك فى مدينة نيويورك فى منتصف الثلاثينيات . وقد حققت هذه الصحيفة الجماهيرية نجاحاً كبيراً ، وخلال سنوات قليلة ، انتشرت فى أجزاء عديدة من العالم . وبعد ذلك ، شهد العقد الثالث من القرن التاسع عشر تطور تكنولوجيا الطباعة السريعة

وارتبطت الفكرة الأساسية للصحيفة بأول وسيلة إعلام حقيقية فى عالم الاتصال .

وهناك نقطتان هامتان فى هذه الأحداث : الأولى أن الصحيفة الجماهيرية أو الشعبية ، مثلها فى ذلك مثل وسائل الإعلام الأخرى التى جاءت بعدها ، كانت اختراعاً ظهر إلى الوجود فى أعقاب مجموعة معقدة من العناصر الحضارية ، التى ظهرت وتراكمت داخل المجتمع . والثانية ، أن هذا الاختراع أو الابتكار ، مثله مثل جميع الاختراعات ، كان يمثل اندماج هذه العناصر فى موقف اجتماعى موحد يسمح بقبول وانتشار الصحيفة كمشروع حضارى . وكانت الصحيفة ، كأداة فنية تكنيكية ، منسجمة مع المؤسسات الحضارية والثقافية الأخرى فى ذلك العصر ، بل وربما مطلوبة أيضاً من جانب هذه المؤسسات . وقد أتاح هيكل المؤسسات ، المرتبطة بقضية الصحافة فى المجتمع اقتصادياً وسياسياً وثقافياً وسكانياً وبيئياً ، المجال الذى ظهرت وازدهرت فيه تلك العناصر التى عبرت عنها « صحافة البنس » الجماهيرية الشعبية .

الطباعة وأحوال الإنسان . وفى نهاية القرن التاسع عشر ، أصبح واضحاً لرواد علم الاجتماع فى ذلك الحين أن وسائل الإعلام الجديدة (الصحف والكتب والمجلات) ، وكلها واسعة الانتشار فى المجتمع ، تقوم بإحداث تغييرات هامة فى الأحوال والظروف الإنسانية . فقد كانت وسائل الإعلام هذه تمثل شكلاً جديداً من أشكال الاتصال الذى لم يؤثر فقط على نماذج التفاعلات فى المجتمع بل أيضاً على الرؤية النفسية (السيكولوجية) للفرد . وعلى سبيل المثال ، أكد عالم الاجتماع الأمريكى تشارلز هورتون كولى فى عام ١٩٠٩ أنه كانت هناك أربعة عوامل جعلت وسائل الإعلام الجديدة أكثر كفاءة وفعالية من أى وسيلة اتصال فى المجتمعات السابقة . وقال تشارلز هورتون كولى إن وسائل الإعلام الجديدة كانت أكثر تأثيراً من حيث قدرتها على :

التعبير وما تحمله من أفكار ومشاعر متباينة وواسعة النطاق .

فقد تمكنت الصحف من التغلب على الزمن باعتبارها سجلاً دائماً لا يفنى أو يضيع .

وتغلبت الصحف أيضاً على المسافة من خلال سرعتها فى الوصول للقارىء .

وكذلك من خلال خاصية الانتشار والوصول إلى جميع الطبقات [٨] .

وأوضح كولى أن هذه العوامل أو الملامح لوسائل الإعلام المطبوعة التى ظهرت إلى الوجود فى القرن التاسع عشر قد غيرت ، إلى الأبد ، الموقف العقلى لهؤلاء الذين تعاملوا معها .

> ويمكن التعبير عن السمة العامة لهذا التغيير فى كلمتين هما « التضخيم » و « إثارة الاهتمام » . فقد تم توسيع نطاق الاتصالات الاجتماعية من حيث المساحة والإسراع بها من حيث الزمن . وبنفس الدرجة ، أصبحت الوحدة العقلية التى تنطوى عليها هذه الاتصالات أوسع وأكثر نشاطاً وحيوية . واتسع مجال الفرد بدخوله فى علاقة مع حياة أكبر وأكثر تنوعاً . . وظل مرتبطاً ، ربما بشكل مبالغ فيه أحياناً ، بتعدد المواقف المتغيرة التى أتاحتها له هذه الحياة (٩) .

وهكذا ، وحتى قبل إرساء أسس وسيلة الإعلام التى كانت لا تزال جديدة ، فقد كان من الواضح أن عصر الإعلام والاتصال الجماهيرى سوف يلغى حدود العزلة بين الناس فى العالم ، كما سوف يحدث تغييرات هامة فى تنظيم وعمل المجتمع . أو كما قال كولى : « إن الإعلام الجديد يمثل ثورة فى جميع مراحل الحياة ؛ فى التجارة والسياسة والتعليم ، وحتى فى الأمور الاجتماعية والثرثرة . . . » (١٠) .

عصر الإعلام

مع ظهور ونجاح الصحافة الجماهيرية ، بدأ إيقاع نشاط الاتصال الإنسانى فى التزايد بشدة . وبحلول منتصف القرن ، أصبح التلغراف حقيقة . ورغم أن التلغراف ليس وسيلة اتصال جماهيرية إلا أنه كان عنصراً هاماً فى تكنولوجيا الاتصال التى أدت فى النهاية إلى وسائل الإعلام الإلكترونية (١١) . وبعد عقود قليلة ، أجريت التجارب بنجاح على اختراعات هامة مثل الصور المتحركة (السينما) والتلغراف اللاسلكى . وبحلول فجر القرن العشرين ، كان المجتمع الغربى على وشك رؤية تطور تقنيات الاتصال بدرجة لم يكن من الممكن أن يتصورها أشد التخيلات جموحاً منذ قرن مضى . وخلال العقد الأول من القرن العشرين ، أصبحت السينما أحد أشكال التسلية العائلية . وفى العشرينيات من نفس القرن ، احتل الراديو مكانه فى المنزل ، وفى الأربعينيات جاء التليفزيون . وفى بداية الخمسينيات ، أصبح الراديو فى كل بيت أمريكى ، واتسع نطاق

استخدامه إلى السيارات أيضاً . وقد اخترق الراديو حياة الإنسان من اتجاهات متعددة ، فكان موجوداً فى غرفة النوم والمطبخ وأيضاً تزايد عدد أجهزة الترانزيستور الصغيرة . وفى أواخر الخمسينيات وبداية الستينيات ، بدأ التليفزيون يحقق نفس الانتشار . وبحلول حقبة السبعينيات ، وصل انتشار التليفزيون إلى مرحلة التشبع فى الولايات المتحدة والانتشار السريع فى مناطق العالم الأخرى . وقد ظهرت بعد ذلك وسائل إعلام جديدة مثل تليفزيون الكابل (CABLE T.V) والتسجيلات على أجهزة الفيديو والفيديوتكس وأصبح الإعلام واحدة من أهم الحقائق التى لا غنى عنها فى الحياة العصرية .

هذا الملخص السريع لأهم المراحل الانتقالية فى تاريخ الاتصال الإنسانى يوضح حقيقتين أساسيتين : الأولى ، أن ثورات الاتصال قد حدثت عبر مختلف مراحل الوجود الإنسانى . وكل ثورة منها قدمت وسيلة يمكن من خلالها إحداث تغيير كبير فى الفكر الإنسانى ، وفى تنظيم المجتمع ، وتراكم الرصيد الحضارى للبشرية . والثانية ، أن تطور وسائل الإعلام قد حدث فى مرحلة متأخرة للغاية بالفعل ، فالعديد من أهم التطورات الكبرى تمت خلال حياة جيل مازال جزء كبير منه يعيش فى الوقت الراهن . فهناك عدد كبير من الناس مازالوا على قيد الحياة وبوسعهم تذكر المرحلة التى عاشها المجتمع بدون جهاز الراديو المنزلى . وهناك أيضاً كبار السن الذين عاشوا الفترة السابقة على ظهور السينما ، ولم يكن بوسعهم فى شبابهم قضاء سهرات السبت فى مشاهدة أحد الأفلام . إن كل وسيلة من وسائل الإعلام هذه ، أتاحت المزيد من فرص استخدام اللغة بالنسبة للشخص العادى . وهكذا ، فإن تزايد هذه الوسائل خلال التاريخ الحديث ، انطوى أيضاً على زيادة هائلة فى خطى السلوك الإعلامى بالنسبة للسواد الأعظم من الناس فى المجتمع . ومازال تأثير هذا العصر الجديد يحتاج إلى التقييم بشكل متكامل وتام .

إننا نعيش فى مجتمع يتغير باستمرار ، وأحياناً يكون من الصعب تحديد أى التغييرات هى الأكثر أهمية . والواقع أن أحد أهداف هذا الكتاب هو إظهار أن دخول الجريدة والراديو والتليفزيون إلى منزل الإنسان العادى يمثل تغييراً تكنولوجياً أهم بكثير لعامة الناس من أكبر المنجزات العلمية التى لا تمس حياتهم بهذا الشكل المباشر . ومع الأقمار الصناعية ورحلات المكوك التى تجوب الفضاء ، ربما تتوه منا رؤية حقيقة أن هذه المنجزات بعيدة عن الحياة اليومية الروتينية لغالبية الناس . ورغم ذلك ، يبقى

التليفزيون جهازاً تكنولوجياً مرتبطاً ومؤثراً فى الناس بشكل فورى ومباشر . إن أطفال مجتمعنا المعاصر يقضون أمام التليفزيون (فى المتوسط) وقتاً أطول من ذلك الوقت الذى يقضونه فى المدرسة . وهكذا ، فإن جهاز التليفزيون وغيره من وسائل الإعلام هى ابتكارات نظم البشر حياتهم حولها بأشكال ونماذج مختلفة عما كان يحدث من قبل فى أى مرحلة من مراحل التطور .

تقييم طبيعة وتأثير الإعلام

رغم عدم توصل علماء أبحاث الاتصال لفهم كامل للأثر الذى تتركه وسائل الإعلام على النواحى النفسية والأخلاقية والاقتصادية والسياسية والثقافية والتعليمية لحياة الأفراد العاديين ، إلا أن هؤلاء العلماء بدأوا فى تجميع وحشد قاعدة من نتائج البحث تساعد فى فهم هذه القضايا . لقد حدث تطور العلوم الاجتماعية بشكل أساسى فى القرن الحالى تماماً كما هو الوضع بالنسبة لتطور وسائل الإعلام نفسها . وخلال هذه المرحلة الزمنية القصيرة ، تخصص عدد محدود من علماء الاجتماع وخبراء علم النفس والصحفيين وعلماء الاتصال بالتخاطب فى الدراسة الهادئة لدور وسائل الإعلام فى مجتمعنا . ومع تزايد عدد من الباحثين المتخصصين فى هذا المجال يحق لنا توقع أن تؤدى نتائج أبحاثهم بوجه عام إلى طرح فهم أكثر كمالاً للعلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمعات التى تمارس دورها فيها . وقد جرت مناقشات بعيدة المدى حول هذه العلاقة فى الماضى داخل إطار هو أبعد ما يكون عن الإطار الهادىء والموضوعى . فقد كانت كل وسيلة إعلام كبرى تظهر فى مجتمعنا تصبح موضوعاً للجدل والخلاف فى الرأى . وقد بدأ هذا الجدل عندما ظهر العدد الأول من « صحيفة البنس » فى شوارع نيويورك عام ١٨٣٤ . ومازال هذا الجدل مستمراً حتى يومنا هذا فيما يتعلق بدور الراديو والكتاب والتليفزيون والسينما ، والكتب الهزلية والمجلات إزاء مختلف القضايا .

إن إحدى المهام الأساسية لطلاب الإعلام ، عند تقييم عصر الإعلام الراهن والجدل الذى أثاره ، هو تجميع النتائج العلمية حول الأثر الذى تتركه وسائل الإعلام فى المتعاملين معها ، من قراء ومشاهدين ومستمعين . ويتعين علينا استبدال التوقع

العـاطفى بالدليل الدامغ كأساس للنقاش العام حول الإعلام . ولقد اتهمت وسائل الإعلام المختلفة بأنها مسئولة عن : (١) تدهور مستوى الذوق الثقافى العام ، (٢) زيادة معـدلات الـلامبـالاة والميل إلى انتهـاك القانون ، (٣) المساهمة فى الانهيار الأخلاقى العـام ، (٤) تشجيع الجماهير على السطحية السياسية ، (٥) قمع القدرة على الخلق والابتكار . ولاشك فى أن هذه قائمة ملعونة ، وإذا كانت وسائل الإعلام البريئة الموجودة فى بيوتنا مذنبة فى هذه التهم الخطيرة ، فمن الطبيعى فى هذه الحالة النظر إليها بحذر وريبة . والمشكلة هى أن المدافعين عن وجهات النظر الأخرى يقولون لنا إن صحفنا وأجهزة الراديو والتليفزيون التى لدينا وغيرها من وسائل الإعلام ليست وسائل غادرة تحرض على الشر ولكنهـا فى الحقيقة بمثابة الخادم المخلص الأمين بل وحتى المنقذ لنا لأنها : (١) تكشف الخـطيئة وتعرى الفساد ، (٢) تقوم بدور الوصى أو الحارس فيما يتعلق بحرية التعبير ، (٣) تساهم فى تثقيف الملايين ، (٤) تقدم تسلية يومية لا ضرر منها لجماهير القوى العاملة المرهقة ، (٥) تحيطنا علماً بأخبار وأحداث العالم ، (٦) تجعل المستويات المعيشية لحياتنـا أكثر وفرة من خلال إصرارها المستمر على شراء البضائع واستهلاكها لإنعاش مؤسساتنا الاقتصادية . لو صدقت هذه الادعاءات ، فإن رفض هذه الوسائل الخيرة النافعة ، أو حتى مجرد الشك فيما تحتوى عليه ، يكون بمثابة نكران صريح وفاضح للجميع . وسوف يظل الجدل مستمراً حول هذه القضية حتى تتوصل الأبحاث العلمية إلى نتائج يعتمد عليها تحمل لنا رداً حاسماً ووجهة نظر نهائية تنهى الخلاف بين منتقدى وسائل الإعلام والمدافعين عنها .

والمهمـة الثانية الهامة التى تنتظر وتواجه دارسى علم الاتصال هى شرح الطبيعة الأسـاسية لعملية الاتصال الإنسانى . والواقع أن هناك العديد من المؤشرات المبشرة موجودة ومتاحة بالفعل من مجالات مثل : علم دلالات الألفاظ وتطورها ، وعلم أصل الإنسان ، وعلم الاجتماع ، وعلم النفس الاجتماعى . وهذه المؤشرات يتعين جمعها معاً للحصول على وصف دقيق ومحدد للاتصال الإنسانى بوجه عام ، ومن ثم يمكننا تحديد موقع الإعلام ووسائل الاتصال . وهناك مناقشات تفصيلية فى هذا الكتاب للاتصال الإنسانى ، وهى توضح أن الاتصال الإنسانى هو عملية اجتماعية حيوية تعتمد ليس فقط على الذاكرة الإنسانية بل تعتمد أيضاً على عوامل أخرى مثل الإدراك الحسى والقدر على الفهم والتفـاعـل الرمزى والاصطلاحات الحضارية للغة معينة . كما يناقش هذا

الكتاب أيضاً الطريقة التى تعتمد بها وسائل الإعلام على هذه العمليات الأساسية .

وهناك مهمة كبرى أيضاً أمام هؤلاء الذين يتخصصون فى الدراسة العلمية لوسائل الإعلام وهى تقديم المعطيات الملائمة والتى يمكن بها تقييم نتائج عمل وسائل الاتصال الجماهيرى والإعلام تحت ظروف مختلفة من الملكية والسيطرة . أى أنه فى إطار هياكل سياسية وأنظمة اقتصادية ومواقع تاريخية وحضارية مختلفة ، فإن هيكل وسائل الإعلام نفسها من المتوقع أن تأخذ أشكالاً مختلفة . ويتأثر إنتاج وتوزيع واستهلاك وسائل الإعلام وما تحتويه بمسألة هل يتبع المجتمع الديمقراطية والسوق الحر أم أنه مجتمع شمولى دكتاتورى أم هو وسط بين هذا وذاك . والمجتمعات التى تعمل فيها أنظمة الاتصال الجماهيرى والإعلام تحت ظروف ملكية وسيطرة وتختلف عن مثيلتها فى الولايات المتحدة ، يمكن أن تكون أساساً للدراسة المقارنة . وبنفس الطريقة ، فإن دراسة التطور التاريخى لكل تقدم تكنولوجى يمكن أن تكون وسيلة لاستقراء تعميمات حول الطريقة التى تطورت بها مختلف أشكال وسائل الإعلام تحت الظروف الاجتماعية والثقافية المتباينة .

الأسئلة الأساسية

إن مهمة تقييم طبيعة وتأثير الإعلام هى مهمة من الواضح أنها ذات أبعاد على جانب كبير من الأهمية ، فهى تتضمن بكل وضوح ما هو أكثر من مجرد محاولة لاكتشاف الطرق التى يؤثر بها مضمون الرسالة ، سواء المطبوعة أو المرئية أو المسموعة ، على معتقدات ومواقف وسلوكيات من يتلقونها . وتشمل هذه المهمة أيضاً التساؤلات المنتظمة والمستمرة حول طبيعة الأحداث التاريخية وقيمة الأنظمة التى شكلت وسائل الإعلام فى مجتمع ما ، وأدت بها إلى إنتاج نموذجها الخاص من المحتوى ويشمل التحقيق فى جوهر وطبيعة الاتصال الإنسانى على مستوى الأفراد لمعرفة ما إذا كان دخول وسائل الإعلام قد أحدث تغييرات فى هذه العملية بدرجة كبيرة . وأخيراً ، فإن هذه المهمة تشمل دراسة السبل التى يستطيع الإعلام من خلالها إعادة تشكيل الأوضاع الاجتماعية والثقافية وقواعد وقوانين المجتمع ولغته وكذلك إعادة تشكيل الدور الذى يتوقعه كل فرد فى المجتمع من الآخر .

وبصورة أكثر دقة وإيجازاً ، فإن تقييم طبيعة وتأثير الإعلام تتركز على ثلاثة أسئلة محورية :

(١) ما هو تأثير المجتمع على وسائل إعلامه ؟ وما هى الظروف السياسية والاقتصادية والثقافية التى جعلت وسائل الإعلام تمارس عملها بالشكل الذى هى عليه الآن ؟
(٢) كيف يحدث الإعلام ؟ وهل يختلف فى الجوهر والمبدأ أم يختلف فقط فى التفاصيل الخاصة بالاتصال الأكثر مباشرة بين الأفراد ؟
(٣) ماذا تفعل وسائل الإعلام فى الناس ؟ هل هى تؤثر فيهم نفسياً واجتماعياً وثقافياً ؟

ولأسباب عديدة ، كان السؤال الثالث هو الذى تركزت عليه أبحاث الإعلام فى الماضى . أما السؤال الأول ، فرغم أهميته الأساسية ، إلا أنه لم يجذب انتباه العلماء والباحثين والدارسين كثيراً . ونظراً لأن عاصفة الانتقادات والجدل حول وسائل الإعلام قد تركزت حول السؤال الثالث من هذه الأسئلة ، فمن المحتمل أن دارسى علم الاتصال قد انقادوا فى أبحاثهم ليس وراء الأهمية النظرية وإنما وراء اهتمامات الرأى العام . وبصرف النظر عن أسباب افتقاد التوازن فى الاهتمام بين هذه القضايا الثلاث ، إلا أن السؤالين الأول والثانى قد لقيا اهتماماً من الباحثين أقل من اهتمامهم بالسؤال الثالث . وفى الفصول القادمة من هذا الكتاب ، سوف نعطى اهتماماً خاصاً للمناقشات حول السبل التى لعبت من خلالها الظروف الاجتماعية والثقافية فى الولايات المتحدة دوراً فى تشكيل وسائل إعلامنا . وبالإضافة إلى ذلك ، سوف نعطى اهتماماً كبيراً للسؤال الثالث من هذه الأسئلة الأساسية المحورية .

نماذج اجتماعية : تنظيم المجتمع

إن العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع والأفراد ، كما طرحت فى الأسئلة المحورية الثلاثة السابقة ، لا يمكن دراستها فى فراغ نظرى . فالبحث فى عمليات وتأثيرات

الإعلام يجب أن تقوده مجموعة من الافتراضات الأساسية حول طبيعة المجتمع والأفراد والعلاقة بين الاثنين . والاصطلاح « نموذج » يستخدم أحياناً للإشارة إلى مجموعة من هذه الافتراضات الأساسية [وهذا الاصطلاح الذى نستخدمه الآن "paradigm" هو كلمة لاتينية فى الأصل "paradigma" . وفى العصور القديمة ، أى قبل تطور العلوم الحديثة ، كانت هذه الكلمة تعنى أى نوع من النموذج يمكن نسخه أو القياس عليه أو مقارنة شىء آخر به . وعلى سبيل المثال ، فإن سجل حياة الإنسان الفاضل كانت نوعاً من النمـوذج أو الـ paradigm ويمكن استخدام حياة هذا الإنسان كمقياس للسلوك الحسن ، كما يمكن مقارنة حياة أى إنسان بها .

وفى علم الاتصال اليوم ، فإن اصطلاح paradigm يربط بين فكرة النموذج وبين الفكـرة الأكثر تعقيداً وهى مجموعة الافتراضات الأساسية لطبيعة جانب ما من الواقع الاجتماعى والنفسى . وعلى سبيل المثال ، فإن الرؤية الفرويدية للنفس البشرية يمكن اعتبارها نموذجاً أو paradimg ، فافتراضات فرويد الأساسية حول حقائق سيكولوجيا البشر تصف الـظروف والعـلاقـات التى يفـترض أنها تحدد الأداء النـفسى أو السيكـولـوجى للجنس البشرى . ورغم أن اصـطلاح النمـوذج paradigm ليس مستخـدماً على نطاق واسع فى أبحاث الاتصال ، إلا أن بعض الباحثين على الأقل قد استخدموا هذه الكلمة كإطار نظرى واسع يقود الأبحاث فى مجال القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالإعلانات وما أشبه .

والـواقـع أن الافتراضات التى تشكل النموذج أو الـ paradigm تعد بالفعل من الأمـور المسلم بها ، بمعنى أنها افتراضات تتيح نقطة انطلاق لاستخلاص تفسيرات نظرية لجوانب أكثر دقة من الظاهرة الاجتماعية والنفسية . وهذه المسلمات فى حد ذاتها ليست عرضة للاختبار والتمحيص ، فليس من الممكن جمع المعطيات والمادة التجريبية التى يمكن الاستناد إليها فى قبول أو رفض الافتراضات المسلم بها . وبدلاً من ذلك ، فإن هذه المسلمات تؤخذ كما هى ، ليس بمعنى أن ينظر إليها كحقائق خالدة ولكن فقط كافتراضات . وبمعنى آخر ، فإن المسلمات هى بيانات تحدد العلاقات والظروف التى قد يختارها المرء لاعتبار شىء ما صحيحاً وحقيقياً بهدف دعم حجته وتقوية رأيه أو بهدف رؤية ما ستقود إليه من الناحية المنطقية . والتسليم بصحة علاقة معينة أو ظرف ما هو مثـل أن نقـول « افترض أنه صحيح أن هذه العلاقة أو الظروف تصف الحقيقة بدقة » .

والآن ، ما هو معنى أو تأثير ذلك بالنسبة لبعض العمليات التى نقوم بدراستها ؟ إن هذا المعنى أو المضمون تطلق عليه أسماء عديدة مثل النتائج الطبيعية أو النظرية أو حتى المقترحات . وهذه المعانى أو المضامين هى التى تستخدم كفريضة جدلية يمكن اختبارها والتأكد منها فى ضوء المعطيات أو المادة العلمية التى يتم جمعها فى مشروع البحث . وهكذا ، تعتبر النماذج أو الـ paradigms ، بوجه عام ، صياغات نظرية فضفاضة . وهى توضح مجموعات من المسلمات والافتراضات التى يمكن للمرء اختيارها للنظر إليها كوصف للحقيقة بهدف الحصول على افتراضات جدلية جديدة . وهذه الافتراضات الجدلية يمكن أن تقود البحث فى عمليات وتأثيرات معينة .

إن أهم النماذج paradigms المتاحة لعلماء الاتصال تشمل فئة من الافتراضات المستمدة أصلاً من علم الاجتماع وعلم النفس وعلم النفس الاجتماعى . وفى داخل هذه المجالات ، هناك فئات عديدة من المسلمات التى تشكلت فيما يتعلق بطبيعة المجتمع والطبيعة الإنسانية . وبالنسبة إلى علم الاجتماع ، نجد أن الافتراضات الثلاثة التى أعطت أهمية قصوى لدراسة العلاقات بين وسائل الإعلام والمجتمع وعملية الإعلام هى نفسها التى تعطى دوراً محورياً لكل من : (١) العمليات التى يحافظ بها المجتمع على الاستقرار الاجتماعى ، (٢) العمليات التى يتغير بها المجتمع بمرور الزمن ، (٣) طبيعة ومغزى الصراع الاجتماعى ، (٤) أشكال التعاملات بين الأشخاص والتى يتم من خلالها المشاركة فى المعانى . والاصطلاحات الأكثر فنية المرتبطة بهذه النماذج paradig-ms هى : structural functionalism (المذهب العملى البنيوى) أى الوظيفة التركيبية . socialevolution : التطور الاجتماعى . The social conflict model : نموذج الصراع الاجتماعى . symbolic interactionism : التفاعلية الرمزية . وإذا كانت بؤرة البحث فى علم الاتصال على مستوى السلوك الفردى ، مثل الاختيار أو الفهم أو التأثر بالرسائل الإعلامية ، عندئذ يستخدم بوجه عام أحد النماذج النفسية psycho-logical paradigms . وهناك العديد منها التى يمكن اختيارها وتتراوح بين نظريات التعلم السلوكية والصيغ التحليلية النفسية psychoanalytic formulations . وبوجه عام ، فإن أكثر الصيغ التحليلية النفسية شيوعاً واستخداماً فى أبحاث الاتصال هى النموذج الإدراكى أو cognitive paradigm الذى يؤكد على مفاهيم مثل المواقف والمعتقدات والمفاهيم والاحتياجات والإشباع . وفى الفصول القادمة من هذا الكتاب ،

سيتم تلخيص أهم مسلمات هذه النماذج "paradimgs" الاجتماعية والنفسية تلخيصاً موجزاً للغاية (١٢) . وسيتم توضيح أهميتها فى دراسة الإعلام فى خلال الفصول المتبقية من الكتاب .

المذهب العملى أو الوظيفى التركيبى . إن فكرة التنظيم أو البناء لمجتمع ما كمصدر لاستقراره لا تعد جديدة كفلسفة اجتماعية ، فأفلاطون فى جمهوريته يطرح القياس بين المجتمع والكائن العضوى ، فكلاهما يعنى نظاماً من أجزاء مرتبطة فى توازن ديناميكى . وفى المجتمع المثالى الذى وصفه أفلاطون ، تقوم كل فئة من المشاركين فى هيكل اجتماعى بإنجاز الأنشطة التى تساهم فى تحقيق التناسق الاجتماعى العام (١٣) . وقد أثرت هذه الفكرة العامة فى الفكر الغربى وأصبحت هى الإطار المركزى لتحليل علماء الاجتماع الأوائل والقدامى للمجتمعات . وقد جعل أوجست كومت من القياس أو التناظر العضوى أساساً لمفاهيمه عن المجتمع . كذلك نظم هربرت سبنسر فلسفته الاجتماعية كلها حول نفس الفكرة (١٤) . وقد طور أوائل علماء الاجتماع المعاصرين مثل إميل دوركهايم هذا التوجه فى نهاية القرن التاسع عشر . وأصبحت فكرة أن المجتمع نظام ديناميكى من الأنشطة المتكررة فكرة هامة أيضاً فى تحليل المجتمعات البدائية من جانب علماء أصل الإنسان أمثال برونيسلاف مالينوفسكى وبعده رادكليف براون (١٥) . وفى العصور الأحدث ، استمرت فئة أو مجموعة الافتراضات الخاصة بالمذهب العملى البنائى أو الهيكلى تلعب دوراً هاماً فى تطور ومناقشات علم الاجتماع الحديث من خلال كتابات روبرت ميرتون وتالكوت بارسونز وكثيرين غيرهما .

أما مصطلح هيكل أو بناء structure ، فيشير بالطبع إلى الطريقة التى تنظم بها الأنشطة المتكررة فى المجتمع . والواقع أن سلوك الأسرة ، والنشاط الاقتصادى ، والنشاط السياسى ، والعقيدة ، والسحر ، وغيرها من أشكال الأنشطة المجتمعية ، تعد على درجة عالية من التنظيم من وجهة النظر السلوكية . أما المصطلح دور أو وظيفة -fun ction ، فهو يشير إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة فى الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع . وقد ظهرت صور أخرى بهذا التوجه النظرى العام فى دراسة العمليات الاجتماعية . وحددت كل صورة أو نموذج فئات مختلفة إلى حد ما من الافتراضات ، وتضمنت العديد من المناقشات حول أى هذه النماذج أكثر فائدة . ومازال

علماء أصل الإنسان وعلماء الاجتماع المعاصرون يتجادلون حول أى النماذج هو الأفضل وما هى مميزات وعيوب المذهب الوظيفى الهيكلى أو البنيوى structural functionalism بجميع أشكاله .

وربما كان أوضح بيان حول الفرضيات الجدلية لهذا المذهب الكلاسيكى هو ذلك الذى قدمه روبرت ميرتون فى عام ١٩٥٧ [١٦] . فقد راجع كل النماذج الموجودة ودمجها جميعاً فى بيان مختصر ولكن محكم وبارع . ورغم أن ميرتون نفسه كانت لديه انتقادات خطيرة وجادة لهذا التوجه الكلاسيكى ، إلا أنه قام بتلخيص هذه المسلمات الخاصة بالعملية البنائية لطبيعة المجتمع كما يلى :

(١) أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هى اعتباره نظاماً لأجزاء مترابطة . وأنه تنظيم للأنشطة المرتبطة والمتكررة والتى يحاكى كل منها الآخر .

(٢) مثل هذا المجتمع يميل بشكل طبيعى نحو حالة من التوازن الديناميكى . ولو حدث أى نوع من التنافر داخله ، فإن قوى معينة سوف تنشط من أجل استعادة التوازن .

(٣) جميع الأنشطة المتكررة فى المجتمع تساهم بعض الشىء فى استقراره . وبمعنى آخر ، فإن كل الأشكال القائمة من النماذج تلعب دوراً فى الحفاظ على استقرار النظام .

(٤) بعض الأنشطة المتماثلة والمتكررة فى المجتمع ، على الأقل ، لا غنى عنها فى استمرار وجوده . أى أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبى الحاجات الملحة للنظام وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش .

ولكن ، ما هى علاقة هذه الافتراضات بدراسة الإعلام ؟ إن وسائل الإعلام وعملية الاتصال الجماهيرى تعد أنشطة متكررة ومتماثلة فى النظام الاجتماعى للمجتمع الذى تعمل فيه . والتبعية البنائية التى توجد بين وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى لا تؤثر فقط فى العمل اليومى لمجتمعنا بل تؤثر أيضاً ، كما سنرى فى الفصل الحادى عشر ، فى الطريقة التى يستخدم بها الأفراد وسائل الإعلام فى حياتهم اليومية . وتساهم فى تحقيق التوازن الاجتماعى لهذا المجتمع . وبمعنى آخر تترتب عليها نتائج

بالنسبة للمجتمع ككل . وهكذا ، يمكن بالفعل القول بأن الإعلام يعد من بين المكونات الأساسية التى لا غنى عنها بالنسبة إلى الهيكل الاجتماعى وبدونه ما كان بوسع مجتمعنا المعاصر بالشكل الذى نعرفه أن يستمر . ومن ناحية أخرى ، فإن الإعلام يمكن أن يكون أحد عوامل الخلل الوظيفى ، ويساهم فى التنافر وعدم الانسجام بدلاً من الاستقرار إذا كان تأثيره هو إثارة الناس وتحريضهم على مختلف أشكال السلوك المنحرف ، وفى خلال الفصول التالية ، سنتناول عدداً من أمثال هذه القضايا .

المنظور التطورى . إحدى صعوبات نموذج الوظيفة البنائية هى أنه يؤكد على استقرار وتوازن المجتمع عندما يكون واضحاً حتى لأقل المراقبين اهتماماً أن المجتمعات المدنية الصناعية تشهد تغييراً مطرداً . وإحدى أقدم فئات الافتراضات حول الطبيعة الأساسية للمجتمع هى تلك التى تتركز بشكل مركزى على التغيير . والنموذج التطورى تمت صياغته وتحددت ملامحه خلال السنوات الأولى التى أرسيت خلالها دعائم علم الاجتماع . وهذا الاستخدام لمصطلح التطور evolution يتركز على التغييرات الاجتماعية وليس التغييرات البيولوجية التى تمت مناقشتها فى الأجزاء الأولى من هذا الكتاب .

والنموذج التطورى evolutionary paradigm يقوم أساساً على ما يسمى بالقياس العضوى على الأقل فى شكله التقليدى الكلاسيكى . والفكرة هنا هى أن المجتمع يشبه الكائنات العضوية من حيث التنظيم وأيضاً من حيث التطور . ولا يعنى هذا أن علماء التطور ، الكلاسيكيون أو المعاصرون ، يؤكدون أن المجتمع كائن عضوى بيولوجى ، فالفكرة أن المجتمع يشبه فعلاً الكائنات العضوية من حيث البناء أو الهيكل وكذلك فى عمليات التغير التى تتعرض لها . وهناك افتراضات أخرى يمكن طرحها ولكن ذلك يتوقف على نموذج التطور Evolutionary paradigm الذى نقصده ونتعامل معه . والشكل الكلاسيكى للنموذج الذى طرحه هربرت سبنسر كان هو أساس المنهج السياسى المعروف باسم عدم التدخل laissez-faire وهو المبدأ الذى يقاوم التدخل الحكومى فى الشئون الاقتصادية إلا فى حالة الضرورة ويهدف حماية الأمن وحقوق الملكية الشخصية . وهذه السياسة ترى أنه من الحماقة محاولة تغيير المجتمع بالقوانين والتشريعات وبرامج الرعاية الاجتماعية وما أشبه ذلك ، لأن القوانين الثابتة للتطور الاجتماعى ستقود المجتمع حتماً نحو الظروف الأفضل [١٧] . ولقد تشكلت معظم أفكار

نموذج التطور قبل أن يطرح داروين فرضه الشهير حول أصل الأنواع . ورغم ذلك ، ونظراً للتشابه الكبير بين هاتين الفئتين من الأفكار أصبح يطلق عليها فى الغالب اسم الداروينية الاجتماعية Social Darwinism .

واليوم ، هناك العديد من التنويعات للنموذج الأقدم (١٨) وهى تمثل بالضرورة محاولة لتفسير التغيير المجتمعى فى إطار إحدى فئات القوانين الطبيعية (على عكس إرجاع مثل هذه التغييرات لتدخلات سماوية أو لأحداث عشوائية وما إلى ذلك) . إن آليات التغيير الاجتماعى التى تظهر غالباً فى النماذج التطورية تعد نوعاً من الانتقاء الطبيعى مثل البقاء للأصلح ووراثة الصفات المكتسبة . ويبدو ذلك قريباً للغاية من المسائل البيولوجية كما يبدو بمثابة سجل بيولوجى دقيق للتطور . ولكن هناك نظائر اجتماعية لما يحدث فى عالم التطور البيولوجى ، فهى يمكن أن تستخدم للتفكير فى دمج أشكال قياسية جديدة للسلوك فى مجتمع ما مع اختفاء الأشكال الأقدم من الثقافة التى نقلت من كل جيل إلى الجيل الذى يليه . وكما هو واضح تماماً ، فإن المجتمعات الحديثة تقوم باستمرار بدمج أشكال اجتماعية جديدة تتراوح بين الممارسات العائلية وحتى الأنواع الجديدة من التنظيمات التجارية والاقتصادية (مثل الشركات متعددة الجنسيات) . ومثل هذه التجديدات تحظى بالقبول لأنها تسمح على الأقل لبعض الناس بتحقيق أهداف يعتبرونها أكثر تأثيراً وفاعلية من أشكال السلوك التى كانت متاحة لهم من قبل . ولذلك ، فإن بعض عمليات الانتقاء الطبيعى ، والبقاء للأصلح ، ونقل الشكل الاجتماعى الجديد ، تعد هى الأساس للانفتاح المستمر للمجتمع أمام نماذج سلوكية شديدة الاختلاف والتميز . ولو قبلنا المخاطرة بإمكانية الوقوع فى خطأ المغالاة فى التبسيط ، عندئذ يمكننا تلخيص النموذج التطورى evolutionary paradigm باعتباره يتضمن الافتراضات التالية :

(١) أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هى اعتباره مجموعة أو فئة من الأجزاء المترابطة ، وأنه تنظيم يضم الأنشطة المرتبطة والمتكررة والنموذجية .

(٢) مثل هذا المجتمع يتعرض باستمرار للتغيير حيث تصبح أشكاله الاجتماعية مختلفة ومتميزة بصورة مطردة .

(٣) الأشكال الاجتماعية الجديدة قد اخترعت أو تم نقلها عن مجتمعات أخرى عن

طريق الأفراد الذين يبحثون عن وسائل أكثر فعالية لتحقيق الأهداف التى يعتبرونها هامة .

(٤) وهذه الأشكال الاجتماعية التى تساعد الناس حقاً على إنجاز أهدافهم بفعالية أكثر ، والتى لا تتعارض مع القيم الموجودة ، تحظى بالقبول وتبقى وتصبح أجزاءً ثابتة من المجتمع المتطور . وعلى العكس من ذلك ، يتم نبذ الأشكال الأقل فعالية والتخلى عنها .

والسؤال الذى يجب طرحه : كيف تعتبر مثل هذه الافتراضات حول النمو المجتمعى هامة فى دراسة الإعلام ؟ الواقع أن أهمية هذه الافتراضات تتضح عندما يبحث المرء فى تاريخ وسائل الإعلام ، فخلال هذا التاريخ ، أدرك الكثير من البشر الحاجة إلى أنظمة اتصال أسرع يكون بوسعها الوصول إلى عدد أكبر من المستقبلين أو المتلقين . ولتحقيق هذين الهدفين ، تمت تجربة العديد من الأشكال الاجتماعية الجديدة كوسائل للاستفادة من التطورات التكنولوجية . وقد تم استبعاد بعض هذه الأشكال والتخلى عنها بينما اختيرت أشكال أخرى لتبقى وتستمر وتنتقل إلى الأجيال التالية . وبمعنى آخر ، فإن نمو الإعلام كان على الدوام عملية تطور ، سواء من ناحية التكنولوجيا العلمية والميكانيكية أو من ناحية الأشكال الاجتماعية الضرورية لتحقيق استفادة مجتمعية ملموسة من هذه التكنولوجيا ، وذلك من أجل تحقيق الأهداف التى يعتبرها من يلعبون أدوار صناع القرارات أهدافاً هامة .

نموذج الصراع الاجتماعى . وهناك نموذج ثالث يستخدمه علماء الاجتماع على نطاق واسع ، ويفترض أن الصراع ، وليس الاستقرار أو التطور ، هو أهم العمليات الاجتماعية . والفكرة هنا أن المجتمع يتكون من عناصر اجتماعية متصارعة . وهى فكرة ليست جديدة فى حد ذاتها بل هى على الأقل فى عمر ذلك الاعتقاد القائل بأن التنظيمات الاجتماعية هى أساس الاستقرار الاجتماعى لكن فكرة أن الصراع الاجتماعى هو العملية الرئيسية فى المجتمع هى بديل على قدر كبير من الجاذبية للرأى القائل بأن التوازن هو أساس المجتمع ، ومبعث هذه الجاذبية ، كما هو الوضع فى النموذج التطورى ، يرجع إلى حقيقة واضحة هى أن التغيير الاجتماعى يصعب تناوله والتعامل معه فى إطار التوجه

الوظيفى البنائى أو النفعية الهيكلية .

وقد كان من الواضح للفلاسفة القدماء أن أنواعاً عديدة من التغيير قد حدثت كنتيجة للقوى المتعارضة والمتضادة . وكان معظم تفكير هؤلاء الفلاسفة فى إطار مفاهيم مثل الحقيقى والزائف . . الخير والشر . . ولكنهم رأوا فى عالم الأفكار أشكالاً جديدة تولد من التفاعل بين القوى المتضادة . وهذا المفهوم ، أى الصراع لتحقيق شىء جديد ، أطلق عليه اسم العملية الجدلية dialectic process . وقد استخدم أفلاطون صيغة جدلية فى مناقشاته لمختلف القضايا فى كتابه « الجمهورية » . ولعدة قرون ظلت هذه الفكرة جزءاً من دراسة المنطق ولوصف الطريقة التى يمكن من خلالها الحصول على المعرفة عن طريق عملية الحوار وتمحيص الآراء المعارضة .

وقد لعب الصراع الاجتماعى ، كعملية إنسانية أساسية ، دوراً هاماً أيضاً فى الفلسفة الاجتماعية ، فقد جعله الفيلسوف هوبز محوراً لتحليلاته لجذور السلطة السيادية فى كتابه لفياثان Leviathan أو « الدولة الدكتاتورية » (١٩) . ثم أصبح هو الأطروحة الأساسية لأصحاب نظريات العقد الاجتماعى . ورغم ذلك ، فإن كتابات هيجل وكارل ماركس وفردريك إنجلز هى التى قامت بتجميع أفكار الصراع الاجتماعى والعملية الديالكتية ووضعتها فى صورة تحليل للتغيير الاجتماعى (٢٠) . وينظر علماء الاجتماع المعاصرون بوجه عام إلى ماركس باعتباره الأب لنموذج الصراع فى المجتمع والتغيير الاجتماعى . والواقع أن النظريات الاجتماعية والسياسية التى طرحها كارل ماركس تقدم تحليلاً معروفاً للطريقة التى تتكون بها المجتمعات الجديدة بافتراض أنها تنشأ من الصراعات بين من يملكون ومن لا يملكون . ولكن المرء لا يتعين عليه بالضرورة اعتناق الأيديولوجيات الماركسية لكى يقبل فكرة أن الصراع الاجتماعى يمكن أن يكون سبباً هاماً للتغيير الاجتماعى .

وقد كان النموذج الذى طرحه رالف دارندورف عام ١٩٥٨ (٢١) حول الصراع الاجتماعى من أوضح الأطروحات فى هذا المجال . فقد قام بمراجعة القضايا والمناقشات ووضع نموذجاً لمجتمع يشمل الصراع والتغيير كقضيتين أساسيتين . وفى العصور الأحدث ، استمرت المناقشات حول كيفية تشكيل هذا النموذج فى أفضل وضع ممكن ، وكيفية استخدامه لاستنباط افتراضات ونظريات حول عمليات اجتماعية أكثر تحديداً بما فى ذلك تحليل الاتصال . ورغم ذلك ، فإن نموذج الصراع المعاصر يمكن

تبسيطه فى الافتراضات الأساسية التالية :

(١) إن أفضل تصور للمجتمع هو أنه يتكون من فئات وجماعات من البشر الذين تختلف مصالحهم بشدة ـ من واحد لآخر .
(٢) إن جميع مكونات المجتمع تحاول البحث عن مصالحها الخاصة فى المنافسة مع الآخرين ، أو للحفاظ على هذه المصالح عن طريق مقاومة الجهود التنافسية للآخرين .
(٣) إن مثل هذا المجتمع ، المنظم بهذه الطريقة ، يتعرض لصراع مستمر ، فى حين تحاول العناصر المكونة له تحقيق مكاسب جديدة ، أو الحفاظ على مكاسبها ؛ أى أن الصراع موجود فى كل زمان ومكان .
(٤) من ثنايا العملية الديالكتيكية للمصالح المتنافسة والمتصارعة ، تأتى عملية التغيير المستمرة . وهكذا ، فإن المجتمعات ليست فى حالة توازن بل هى دائماً فى حالة تغيير .

والسؤال الآن .. لماذا يعتبر هذا النموذج هاماً فى دراسة الإعلام ؟ إن وسائل الإعلام فى أمريكا هى مشروعات متنافسة تكرس جهودها لتحقيق أرباح . وكل منها يتنافس مع الآخر ويسعى لتحقيق مصالحه وسط شبكة من القيود التى تفرضها المحاكم والوكالات الفيدرالية وقوانين القيم والأخلاق فى المجتمع وأيضاً الهياكل التنظيمية الخاصة بكل مشروع إعلامى والمعلنون الذين يؤيدونه ويتعاملون معه . بالإضافة إلى ذلك ، فإن هناك تاريخاً طويلاً من العداء بين الصحافة والحكومة . كما أن هناك مناطق أخرى للصراع أيضاً مثل الجدل حول حقوق الصحافة فى مواجهة حق احترام خصوصيات المواطنين ، وحق الحكومة فى حماية أسرارها فى أوقات الطوارىء القومية ، وحق المواطنين فى المحاكمة العادلة ، وحقوق المستهلكين فى أن يتمتعوا بالحماية من الادعاءات الكاذبة فى بعض الإعلانات .. إلخ .. إلخ . وهكذا ، فمن خلال المعارك والصراعات القانونية حول هذه القضايا ، تتعرض عمليات ونماذج الاتصال فى المجتمع الأمريكى لتغيير مستمر ، وهى ليست الآن ، ولم تكن فى أى وقت ، فى حالة استقرار وسكون . وبمعنى آخر ، فإن نموذج الصراع الاجتماعى يقدم لنا نموذجاً نظرياً مفيداً لتصور

ودراسة القضايا الهامة المتعلقة بنظامنا الإعلامى المتغير .

التفاعلية الرمزية . هناك طريقة أخرى لفهم النظام الاجتماعى وهى التأكيد على الدور الهام الذى تلعبه اللغة سواء فى تطور المجتمع والحفاظ عليه ، أو فى تشكيل الأنشطة الذهنية للفرد . وهذا المدخل أو الأسلوب أكثر ارتباطاً بعلم النفس الاجتماعى أو هو مدخل نفسى اجتماعى حيث يؤكد على العلاقة بين الأنشطة الذهنية والعقلية للفرد من جهة ، وعملية الاتصال الاجتماعى من جهة أخرى . وقد تطور هذا المفهوم فى العصور الحديثة على أيدى خبراء علم النفس الاجتماعى الذين تلقوا تدريباً فى علم الاجتماع . ورغم ذلك ، فالارتباط بين العقل والواقع عن طريق اللغة قديم ، حيث أدرك فلاسفة الإغريق هذا الارتباط ، ولقرون طويلة ، استمر دور المعانى فى الشئون الإنسانية يجذب انتباه الفلاسفة . وفى أواخر القرن السابع عشر ، وصف جون لوك فى كتابه مقالات فى التفاهم الإنسانى Essays on Human Understanding العلاقة بين الكلمات ومعانيها الداخلية لدى الأفراد والروابط بين الناس الذين يشكلون المجتمع . وقال جون لوك : إن اللغة هى الأداة الكبرى والرابطة العامة للمجتمع [٢٢] . وفى خلال القرن الثامن عشر ، قام كتاب من أمثال عمانوئيل كانت بتطوير فكرة أن الجنس البشرى يستجيب ليس للكلمة فى ذاتها ، أو فى حقيقتها الموضوعية ، وإنما للعالم الذى تبنيه وتشيده فى ذهن الإنسان . وهذا التمييز بين العالم المحيط بنا والمعانى أو الأبنية التى توجد داخل رؤوسنا ، تم تنقيحه وتطويره فى نهاية القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين من خلال كتابات البراجماتيين الأمريكيين أو الكتاب المؤمنين بالفلسفة العملية البراجماتية من أمثال جون ديوى ووليام جيمس وتشارلز بيرس [٢٣] . وقد تبنى هؤلاء وجهة النظر القائلة بأن الناس يحددون بشكل جماعى الأفكار حول البيئة التى يتأقلمون معها . وكان أحد الافتراضات الأساسية لهؤلاء الكتاب أن مغزى الأشياء أو المواقف لا يكمن فى طبيعتها المادية الملموسة وإنما فى سلوك الناس نحوها وردود أفعالهم تجاهها .

وفى القرن الحالى ، يبرز اثنان من الكتاب باعتبارهما واضعى أساس التفاعلية الرمزية المعاصرة ، وهما عالم الاجتماع تشارلز هورتون كولى والفيلسوف جورج هربرت ميد [٢٤] . وقد كان كولى هو أهم الدارسين الذين توصلوا فى النهاية إلى حل للجدل القديم حول الحوار بين الطبيعة والطبيعة ، حيث طرح حجة مقنعة بشأن وجهة النظر

المعاصرة التى ترى أن الناس يكتسبون طبيعتهم الإنسانية ولا يرثونها عن طريق جيناتهم الوراثية . وكانت أفكار كولى بالغة الأهمية حول الطبيعة الذاتية للحياة الاجتماعية والعمليات التى يطور من خلالها الناس معتقداتهم بالنسبة لأنفسهم وللآخرين كمؤشرات للسلوك الاجتماعى . وتجلت أهمية هذه الأفكار فى الدور الذى لعبته لتغيير وقلب الفكر السائد حول دور الغرائز فى السلوك الإنسانى . أما جورج هربرت ميد ، فقد توصل إلى تحليل رائع ومحكم حول الطبيعة المركزية للرموز اللغوية فى الحياة الإنسانية للأفراد والجماعات . وحتى اليوم ، مازال هذا النموذج هاماً ومحوراً للنقاش والتنقيح والتطوير . وهناك العديد من الآراء العصرية حول ما يجب أن تكون عليه الافتراضات الملائمة للتفاعلية الرمزية ويمكن العثور على هذه الآراء فى سلسلة أعمال جيروم مانيس وبرنارد ميلتزر [٢٥] . ومع قبول المخاطرة بإمكانية المغالاة فى التبسيط ، يمكن تحديد الافتراضات الأساسية لهذا النموذج فيما يلى :

(١) إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هى اعتباره نظاماً للمعانى . وبالنسبة إلى الأفراد ، فإن المساهمة فى المعانى المشتركة المرتبطة برموز اللغة تعد نشاطاً مرتبطاً بالعلاقات بين الأشخاص تنبثق منه توقعات ثابتة ومفهومة لدى الجميع تقود السلوك الإنسانى فى اتجاه النماذج التى يمكن التكهن بها .

(٢) من وجهة النظر السلوكية ، تعد الحقائق الاجتماعية والنفسية بناءً مميزاً من المعانى . ونتيجة لمشاركة الناس الفردية والجماعية فى التفاعل الرمزى ، فإن تفسيراتهم للواقع تصبح اصطلاحية متفقاً عليها من الناحية الاجتماعية ، وذات إيقاع محدد من الناحية الفردية .

(٣) إن الروابط التى توحد الناس والأفكار التى لديهم عن الآخرين ، ومعتقداتهم حول أنفسهم ، تعد كلها أبنية شخصية من المعانى الناشئة عن التفاعل الرمزى . وهكذا ، فإن المعتقدات الذاتية لدى الناس عن أنفسهم وعن الآخرين هى أهم حقائق الحياة الاجتماعية .

(٤) إن السلوك الفردى فى موقف ما يتوقف على المضامين والمعانى التى تربط الناس بهذا الموقف . وهكذا ، فالسلوك ليس رد فعل أوتوماتيكياً أو استجابة

آلية لمؤثر خارجى ولكنه ثمرة أبنية ذاتية حول النفس والآخرين والمتطلبات الاجتماعية للموقف .

والآن : ما هى علاقة هذه الأمور بدراسة الإعلام ؟ من الواضح أن وسائل الإعلام تمثل جزءاً مركزياً من عمليات الاتصال فى المجتمعات الحديثة ، فهى تقدم بالصورة والكلمة تفسيرات للواقع الذى يضفى عليه من يتلقون الرسالة الإعلامية صبغة ذاتية ، والناس يمكن أن تقيم أبنية ذاتية ومشتركة لمعنى الواقع المادى والاجتماعى الذى يعيشونه من خلال ما يقرأونه أويسمعونه أويشاهدونه . ومن ثم ، فإن سلوكهم الشخصى والاجتماعى يمكن أن يتحدد جزئياً من خلال التفسيرات التى تقدمها وسائل الإعلام للأحداث الاجتماعية والقضايا التى لا توجد مصادر معلومات بديلة عنها . وهذا هو أحد أعقد بل وأهم النماذج المستخدمة فى أبحاث الاتصال كما سنوضح ذلك فى الفصل التاسع . وهو ضرورى لفهم التأثيرات غير المباشرة وبعيدة المدى للإعلام سواء بالنسبة إلى الأفراد أو المجتمع ككل .

نماذج سيكولوجية : الإنسان الفرد

من النظام المعقد لعلم النفس ، يأتى عدد من النماذج المتنافسة التى تشكلت لوصف وشرح تكيف السلوك الإنسانى الفردى . والنماذج السيكولوجية مفيدة أساساً بالنسبة للنواحى الفردية من السؤال الأساسى رقم ٣ الذى أشرنا إليه من قبل ، وهو ماذا تفعل وسائل الإعلام فى الناس ؟ وهذه النماذج هامة فى وضع مفاهيم للتفسيرات الممكنة حول العلاقة بين الرسائل التى تبثها وسائل الإعلام ، وبعض الظواهر مثل المواقف ونماذج الإدراك وتقليد السلوك وصنع القرار والسلوكيات المعلنة كالتصويت فى الانتخابات والشراء . والنماذج السيكولوجية ذات أهمية أقل بالنسبة لدراسة القضايا الاجتماعية مثل التطور التاريخى لوسائل الإعلام وتنظيمها البيروقراطى أو الوظيفى وعملياتها اليومية وصراعاتها مع المؤسسات الأخرى فى المجتمع أوعمليات التغيير . ورغم ذلك ، ومادامت رسائل وسائل الإعلام قادرة على إثارة ردود أفعال فى الأفراد ، فإن النماذج السيكولوجية تطرح افتراضات أساسية حول الطبيعة السيكولوجية للجنس البشرى والتى

تساعد فى فهم السبب الذى يجعل من المحتمل أن يثير مؤثر ما شكلاً محدداً من الاستجابة . وسوف نشير إلى العديد من هذه النماذج لاحقاً لإظهار مدى ثراء علم النفس كمجال أدى إلى تطوير العديد من الأمثلة المفسرة لأنماط السلوك الفردى .

وهناك تركيز مستمر لعلماء النفس على المدخل البيولوجى العصبى . وهذا النموذج يعتبر المخ وبقية أجزاء الجهاز العصبى بمثابة أهم القواعد التى ينبغى الانطلاق منها للبحث عن تفسيرات للسلوك الإنسانى [٢٦] . وهذا المدخل مرتبط بشدة بالمنظور المقارن ، وهو رؤية للطبيعة الإنسانية تؤكد على الاستمرار والتواصل بين الجنس البشرى وغيره من أشكال الحياة الحيوانية . ويشعر علماء النفس الذين يعملون فى إطار المنظور المقارن comparative perspective أن نماذج السلوك لدى الحيوانات من المحتمل أن يكون لها ما يماثلها لدى الجنس البشرى والعكس صحيح [٢٧] . ومضمون ذلك أن هذه التشابهات تأتى من مبادىء علم الأحياء التى تشترك فيها جميع الكائنات الحية . لكن مثل هذه النماذج ليست ذات أهمية مركزية بالنسبة لدراسة تأثيرات الإعلام .

من السلوكية إلى التحليل النفسى . يعد المدخل السلوكى هو مركز علم النفس المعاصر وهناك العديد من الرؤى حول هذا الموضوع [٢٨] . والتركيز هنا يكون على الظاهرة الخارجية التى يمكن ملاحظتها كمقابل للعمليات العقلية الداخلية . وعلماء السلوكيات لا يثمون فى التفسيرات التى تتطلب الاعتماد على افتراضات بشأن هياكل الفكر والمعتقدات أو الأنشطة والعمليات الداخلية الأخرى التى لا يمكن ملاحظتها . إن السلوكية هى علم نفس الحافز والاستجابة stimulus-response psychology . وهى تعنى بدراسة الحوافز والمؤثرات التى تحدث أشكالاً معينة من الاستجابة (أى رد الفعل الواضح الذى يمكن ملاحظته) . وهى تحاول فهم نماذج الجوائز والعقوبات التى تبقى على هذه الاستجابات والتعديلات فى السلوك والتى تحدث عندما يكون هناك تغيير فى الجائزة أو العقاب ، والسلوكية تجمع بين العديد من الافتراضات الأساسية للمنظور المقارن وهى بوجه عام منسجمة مع المدخل البيولوجى العصبى neurobiological approach .

وعلى عكس النظرية السلوكية التى تركز عى الأفعال التى يمكن ملاحظتها ، هناك نموذج التحليل النفسى psychoanalytic الذى يتجلى فى تنويعات عديدة [٢٩] . وبوجه

عام ، فإن هذه التنويعات كلها تعطى اهتماماً مركزياً بالأنشطة الذهنية والعقلية للفرد وتركز على العمليات التى تتم فى اللاوعى . إن النظام النفسى البشرى يضم مجموعة من المكونات مثل « الأنا والأنا العليا » وهى تتصارع للسيطرة على السلوك . وفى هذا النموذج ، يكون السلوك العلنى وسلوك الاتصال أقل أهمية فى حد ذاتهما من أهميتهما كمادة علمية للرجوع إليهما بهدف الاستدلال فيما يتعلق بنواحى اللاوعى للشخصية التى تحدد سلوك الفرد . ونماذج التحليل النفسى قد طورت أساساً كوسائل علاجية لمعالجة الأشخاص الذين يعانون من الاضطرابات العصبية وغيرها من المشكلات العقلية . وعلى حين أن هذه النماذج قد طرحت وطورت كأنماط عامة للبناء والأداء النفسى للأفراد من البشر ، فإنها مازالت مثيرة للجدل والنقاش . ومرة أخرى ، فإنه لا النظرية السلوكية الكلاسيكية ولا نماذج التحليل النفسى يمكن أن تكون لها فائدة خاصة فى مجال الدراسات الإعلامية .

النموذج المعرفى أو الإدراكى . والنموذج الأكثر أهمية بالنسبة لدراسة الاتصال هو ذلك الذى يعطى موقعاً مركزياً ومكانة أساسية للأنشطة العقلية للكائنات البشرية العادية بالنسبة لتحديد شكل سلوكها . وهناك أكثر من رؤية لهذا المفهوم ولكنها كلها يمكن أن يطلق عليها اسم النموذج المعرفى أو الإدراكى [٣٠] cognitive paradigm . ولقد تطورت هذه الرؤية للطبيعة الإنسانية أساساً فى القرن الحالى على أيدى خبراء علم النفس الاجتماعى الذين تلقوا تدريبهم فى مجال علم النفس أكثر من مجال علم الاجتماع . وقد نشأ العديد من مفاهيم هذا النموذج من خلال البحث العلمى التجريبى . ورغم ذلك ، وعلى عكس التفاعلية الرمزية ، فإن النموذج المعرفى لا يركز بشدة على اللغة والمعانى . بل إنه يركز على مجموعة من المفاهيم والعمليات التى يقال إنها جزء من بناء شخصية جميع الكائنات البشرية . والسؤال الهام هو . . كيف تعمل هذه المفاهيم والعمليات ، سواء بالتوازن أو الصراع ، لتحديد شكل الاستجابات السلوكية . ويقال إن افتراضات المدخل المعرفى أو الإدراكى مفيدة فى فهم العديد من نواحى عملية الاتصال . ويمكن تلخيص المسلمات الأساسية لهذا المدخل فيما يلى :

(١) إن أفضل طريقة للنظر إلى الأعضاء الأفراد لأى مجتمع هى باعتبارهم

مستقبلين أو متلقين نشطين لمادة أو معلومات حسية .

(٢) إن العمليات المعرفية تمكن الأفراد من نقل المعلومات المدركة بالحس بطرق مختلفة مثل صياغتها فى صورة رموز شفرية ، أو تخزينها أو تفسيرها بشكل انتقائى أو تحريفها أو استعادتها لاستخدامها فى وقت لاحق من أجل اتخاذ قرارات تتعلق بالسلوك .

(٣) إن العمليات المعرفية التى تلعب دوراً هاماً فى تحديد شكل السلوك الفردى تشمل الإدراك الحسى والتخيل والاعتقاد والمواقف والقيم والميول نحو التوازن فى مثل هذه العوامل ، بالإضافة إلى التذكر والتفكير والعديد من الأنشطة العقلية الأخرى .

(٤) إن المكونات المعرفية للتنظيم العقلى لفرد ما هى إلا ثمرة خبراته التعليمية التى يكون قد حصل عليها بالدراسة أو بالصدفة ، أو فى إطار اجتماعى أو فردى .

والمدخل المعرفى له استخدامات عديدة فى دراسة تأثيرات الاتصال على الأفراد وخاصة فى محاولة فهم كيفية استيعاب الرسائل الإعلامية ، وكيف يمكن تعلم نماذج الفعل من الصور التى تنقلها وسائل الإعلام ، وكيف يمكن أن تتغير المواقف والمعارف والقيم والاحتمالات السلوكية عن طريق الحث والإقناع . إن الأبحاث المعاصرة لفهم الاحتياجات التى يلبيها مضمون ومحتوى الإعلام ونواحى الإشباع التى تقدمها وسائل الإعلام لمن يتلقونها تمثل أيضاً أحد جوانب الاستفادة من هذا النموذج .

إن وجود مثل هذا العدد الكبير من النماذج النظرية التى يمكن الاختيار من بينها يتيح مميزات كبرى لعلماء الاتصال ، فكل نموذج يقدم مجموعة من الافتراضات الأساسية حول الظروف الإنسانية سواء على مستوى الفرد أو المجتمع ، وهى تقدم أوصافاً شاملة للتنظيم والأداء أو عمليات التغيير فى المجتمع أو تحدد العوامل النفسية « السيكولوجية » التى تتحكم فى سلوك الإنسان الفرد . ولا يجب أن ننظر إلى حقيقة التنافس بين بعض النماذج التى تفسر شيئاً واحداً كمصدر للبلبلة والحيرة كما فى حالة نظرية التنافس فى مواجهة الصراع لتفسير التغيير الاجتماعى والسلوكية فى مواجهة النموذج المعرفى لتفسير وشرح السلوك الفردى . والمرء ليس فى حاجة إلى أن يقرر أى هذه النماذج هو الصحيح حقيقةً ، فبشكل ما يمكن اعتبارها كلها صحيحة أو يمكن اعتبار أى واحد منها صحيحاً

من حيث أنـه يقدم مجموعة ملائمة من الأدوات النظرية التى يمكن منها استخلاص وتشكيل المـزيد من المفـاهيم المحـددة لفهم وشرح ظاهرة اتصال معينة . وعلى سبيل المثـال ، استخـدم المفهوم الوظيفى أو البنائى فى الفصل الخامس لاستخلاص تفسير لوجود مستويات عقلية متدنية ومنخفضة فى مضمون وسائل الإعلام رغم الجهود المكثفة التى بذلهـا النقـاد لرفـع مستـوى وسائل الإعلام . وفى تحليل تاريخ وسائل الإعلام بالفصول الثانى والثالث والرابع ، قدم النموذج التطورى ونموذج الصراع كأطر للفهم . وفى الفصـل الحـادى عشر ، تتكـامل النماذج الوظيفية والصراعية والرمزية والتفاعلية والمعرفية حول ظاهرة تأثيرات وسائل الإعلام .

ولقـد فشـل العـديد من الدارسين والباحثين فى الماضى ، فى إثارة السؤال حول النمـوذج الـنظرى الـذى يتعـين عليهم الاستنـاد إليه لتشكيل افـتراضـاتهم وتصميم أبحاثهم . ورغم ذلك ، فقد تزايدت أهمية توضيح الافتراضات النظرية الأساسية التى تقود البحث سواء بشكل صريح ومباشر أو ضمنى . وهناك عدة أسباب لهذه الأهمية ، فبعض الباحثين ينغمسون فى جمع المادة العلمية ويستفيدون من خليط المفاهيم المستمدة بلا نظام من العديد من النماذج النظرية . وهذا الأسلوب الساذج يساعد بدرجة محدودة فى بناء رصيد من الفرضيات التى تم اختبارها جيداً والتى تستطيع تفسير الظاهرة التى تجرى دراستها كحالات خاصة من فرضيات أكثر عمومية . والأسوأ من ذلك ، هو ذلك النـوع من البـاحثـين الـذين ينذرون أنفسهم لنموذج معين يعتبرونه الحقيقة الوحيدة ويفترضون بسذاجة أنه يقدم لهم المرشد الوحيد المشروع لافتراضات ومشكلات البحث الهـامة . وهؤلاء ، فى الغالب ، لا يدركون أن النماذج البديلة موجودة . وهناك أيضاً بعض الباحثين الذين يستفيدون من التشكيلات النظرية التى استخلصت هى نفسها من نماذج أسـاسية لم يفهمهـا هؤلاء البـاحثـون جيداً . ونتيجـة لذلـك ، فإن بعض التشكيلات المعينة مثل نظرية التنافر المعرفى cognitive dissonance theory قد تحولت إلى مشكلة بحث فى موضع لم تكن معنية أو مقصودة به على الإطلاق . والوسيلة الأفضل بالتأكيد هى بدء تصميم استراتيجية البحث انطلاقاً من قاعدة نموذج معينة أو مجموعة من النماذج المرتبطة بالقضايا التى ستجرى دراستها ثم تشكيل نظرية على مستوى أقل بهدف مقصود منذ البداية وهو وصف وشرح القضايا المزمع بحثها .

لقد قدم هذا الفصل منظوراً واسعاً للغاية حول الانتقالات الكبرى أو الرئيسية فى

أشكال وأساليب وإجراءات وتقنيات السلوك التى يستخدمها الجنس البشرى للاتصال . وهذا المنظور يرجع إلى الوراء لملايين السنين ، إلى العصر الذى بدأت فيه مخلوقات ما قبل الإنسان استخدام الإشارات فيما بينها لتنسيق الحياة الاجتماعية . ومع تزايد قدرة هذه المخلوقات على التعلم عبر العصور والدهور ، فقد بدأت فى نهاية الأمر تصبح قادرة على ابتكار واستعمال ونقل أساليب صنع الأدوات البدائية . وتزايدت الحاجة إلى وسائل اتصال أكثر فاعلية . وقد قامت هذه المخلوقات بتربية الأطفال والتعاون فى الصيد والتكيف مع البيئة الصعبة والدفاع عن نفسها ضد الأعداء . ولو كانت أنظمة الاتصال بينها قد فشلت فى أداء مهمتها لما كنا نحن هنا الآن . ورغم ذلك ، فقد كانت أنظمة الاتصال لدى المخلوقات القديمة الشبيهة بالإنسان مقيدة بعصر الإشارات والعلامات وذلك لأسباب فسيولوجية تتعلق بتركيب وشكل الجمجمة واللسان والحنجرة . وهكذا ، كانت أنظمة الاتصال لدى هذه المخلوقات أكثر شبهاً بتلك الموجودة لدى القردة فى العصر الراهن منها بأنظمة الاتصال البشرية الراهنة التى يعتمد معظمها إلى حد كبير على اللفظ . ونتيجة لذلك ، فإن قدرتها على تحديد المفاهيم والتحليل والابتكار وتبادل الرسائل المعقدة كانت محدودة بدرجة كبيرة .

وفى وقت ما ، منذ حوالى ٤٠ ألف سنة ، تمكن نوع من الكائنات البشرية من تطوير القدرة على الكلام . وأتاحت اللغة لأسلافنا المباشرين ميزة لم يسبق لها مثيل بالنسبة للتنافس على الموارد والبقاء على قيد الحياة . وقد أتاحت هذه الزيادات الهائلة فى الإمكانيات المعرفية والتى جاءت مع عصر الكلام واللغة لأسلافنا هؤلاء إمكانية التفكير بشكل تجريدى والبدء فى ابتكار حضارة إنسانية معقدة تتجاوز كثيراً أى شىء فى المملكة الحيوانية . وهكذا ، بدأت تكنولوجيا محكمة ومتقنة تتجمع : الزراعة ، والعجلة ، والفخار والمعادن وغيرها .. وتم ذلك بإيقاع متزايد ومتصاعد حتى تحقق ما وصلنا إليه اليوم . وكان قد تم فى وقت سابق اكتشاف سر الكتابة . وأصبحت الكتابة أكثر كفاءة وفاعلية بظهور الوسائل المحمولة . أو التى يمكن نقلها بعد الكتابة عليها وأيضاً بظهور الحروف الأبجدية . وأصبح تطور الحضارة الإنسانية قابل للزيادة والتجمع بإيقاع يتسارع باستمرار . وقد تغير الوجود الإنسانى إلى حد بعيد بسبب هذه التغييرات فى الاتصال .

وفى العصور الأحدث ، أصبحت الطباعة حقيقة واقعة . وخلال فترة قصيرة من

الزمن نسبياً ، أصبحت الكتب متوافرة بكثرة . وحدث ازدهار للآداب والفنون والعلوم وكل المعارف الإنسانية . وأدى تطور الطباعة إلى ظهور صحيفة النخبة فى نهاية الأمر ، ثم الصحافة الجماهيرية فى القرن الماضى . وبحلول القرن العشرين ، تزايد إيقاع التطور التكنولوجى بصورة هائلة ، ويدأ عصر الاتصال الجماهيرى والإعلام . وكما لو كان الأمر قد حدث فى غمضة عين ، جاءت السينما ثم الراديو ، والآن التليفزيون ، بالإضافة إلى العديد من التقنيات المرتبطة بالإعلام والاتصال . ونحن الآن فى وسط عصر جديد ، وربما نكون فى مرحلة الانتقال إلى عصر الكمبيوتر .

والواقع أننا لا نعرف سوى القليل جداً عن معنى هذه التغييرات الأخيرة . وعلى وجه الخصوص ، فإن البحث حول تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال علينا مازال فى مرحلة البداية . ورغم ذلك ، فإن بوسعنا أن نرى تفكيرنا على المستوى الفردى ، وحضارتنا على المستوى الجماعى ، قد تأثرا بشدة بعمليات الإعلام والاتصال المعاصرة .

إن علماء الاتصال لديهم الآن ، تحت تصرفهم ، أساس متين من التكوينات النظرية ومناهج البحث التى يحاولون من خلالها التوصل إلى فهم لاعتمادنا على وسائل الإعلام . وتمثل النماذج التى تناولناها فى هذا الفصل مجموعة بالغة الثراء من البدائل التى يمكن استخدامها لتطوير نظريات محددة عديدة حول مختلف نواحى وجوانب عمليات وتأثيرات الإعلام .

وخلال الفصول التالية ، سوف نتناول بعض النقاط الرئيسية والمعلومات التى نعرفها بالفعل حول هذا الموضوع .

الهوامش

1. W. W. Howells, "Neanderthal Man: Facts and Figures," in *Proceedings of the Ninth International Congress of Anthropological and Ethnographical Sciences*, Chicago, 1976. See also E. Trinkhaus and W.W. Howells, "The Neanderthals," *Scientific American* 241 (1979): 118–133.
2. Robert Finn, "Origins of Speech," *Science Digest*, August 1985, pp. 52–55.
3. Philip Lieberman, "The Evolution of Human Speech: The Fossil Record," *The Biology and Evolution of Language* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1984), pp. 287–329. Many of the inferences set forth in our present chapter have been drawn from this source.

4. The relationship between language and thought has been deeply established in such fields as anthropology, linguistics, philosophy, psychology, and sociology. See, for example: Benjamin L. Whorf, *Language, Thought, and Reality*, ed. J. B. Caroll (Cambridge, Mass.: M.I.T. Press, 1956); George Herbert Mead, *Mind, Self and Society*, ed. Charles Morris (Chicago: University of Chicago Press, 1934); and J. Bronowski, *The Origins of Knowledge and Imagination* (New Haven, Conn.: Yale University Press, 1978).
5. Charles F. Hockett, "The Origin of Speech," *Scientific American* 203 (1960): 89–96.
6. An excellent discussion of media and change in ancient societies is found in Harold A. Innis, *Empire and Communications* (Toronto: University of Toronto Press, 1972). See especially p. 14.
7. Edwin Emery, *The Press and America* (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1972).
8. Charles Horton Cooley, *Social Organization* (Boston: Charles Scribner's Sons, 1909), p. 63.
9. Ibid., p. 64.
10. Ibid., p. 65.
11. For detailed definitions and discussions of the distinctions between *media, mass media, human communication* and *mass communication*, see Melvin L. DeFleur and Everette E. Dennis, *Understanding Mass Communication* (Boston: Houghton Mifflin, 1981), pp. 6–23.
12. These brief summaries do little more than sketch the central ideas of each paradigm in an introductory manner. Each is, in fact, a complex set of propositions that has generated wide controversy. The references cited in connection with each provide entry points for exploring the substantial literature associated with each paradigm.
13. *The Republic of Plato*, trans. Frances M. Cornford (London: Oxford University Press, 1954).
14. Auguste Comte, *The Positive Philosophy*, trans. Harriet Martineau (London: George Bell and Sons, 1915); see vol. 2, Herbert Spencer, *The Principles of Sociology* (New York: D. Appleton, 1898).
15. Bronislaw Malinowski, "Anthropology" *Encyclopedia Britannica*, First Supplementary Volume (London and New York, 1926), pp. 132–33; A.R. Radcliffe-Brown, *Structure and Function in Primitive Society* (Glencoe, Ill.: Free Press, 1956).
16. Robert K. Merton, *Social Theory and Social Structure* (Glencoe, Ill.: Free Press, 1949), Chapter 1, pp. 19–84.
17. Spencer, *The Principles of Sociology*.
18. J.D.Y. Peel, "Spencer and the Neo-Evolutionists," *Sociology*, May 1969, pp. 173–91; reprinted in R. Serge Penisoff et al., *Theories and Paradigms in Contemporary Sociology* (Itasca, Ill.: F.E. Peacock, 1974), pp. 188–209.
19. Thomas Hobbes, *Leviathan* (Oxford: James Thornton, 1881). First printed in 1651.
20. Karl Marx and Friedrich Engels, *The German Ideology* (New York: International Publishers, 1947); Herbert Marcuse, *Reason and Revolution: Hegel and the Rise of Social Theory* (Boston: Beacon Press, 1960).
21. Ralf Dahrendorf "Toward a Theory of Social Conflict," *Journal of Conflict-Resolution* 2, no. 2 (June 1958): 170–83.

22. John Locke, *An Essay Concerning Human Understanding*, ed. Peter Nidditch (Oxford: Clarendon Press, 1975), p. 402. First published in 1690.
23. "Intellectual Antecedents and Basic Propositions of Symbolic Interactionism" in Jerome G. Manis and Bernard N. Meltzer, *Symbolic Interactions: A Reader in Social Psychology* (Boston: Allyn and Bacon, 1978), pp. 1–9.
24. Cooley, *Social Organization*, George Herbert Mead, *Mind, Self, and Society*, ed. and with an Introduction by Charles W. Morris (Chicago: University of Chicago Press, 1934).
25. Manis and Meltzer, *Symbolic Interaction*.
26. For example, see H. J. Eysenck, *The Biological Basis of Personality* (Springfield, Ill.: Charles C. Thomas, 1967); and M.D. Schwartz, *Physiological Psychology* (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1973).
27. One of the classics is Wolfgang Köhler, *The Mentality of Apes* (New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1925). A provocative treatment is R. Audrey, *The Territorial Imperative* (New York: Atheneum, 1966); more typical of contemporary works is D. N. Daniels, M. F. Gilula, and F. M. Ochberg, *Violence and the Struggle for Existence* (Boston: Little, Brown, 1970).
28. The classics include John B. Watson, *Psychology from the Standpoint of a Behaviorist*, 2nd ed. (Philadelphia: Lippincott, 1919); Ivan P. Pavlov, *Conditioned Reflexes* (New York: Oxford University Press, 1927); and B. F. Skinner, *Behavior of Organisms* (New York: Appleton-Century-Crofts, 1938). More contemporary are H. Rachlin, *Introduction to Modern Behaviorism* (San Francisco: Freedman, 1970); Albert Bandura, *Principles of Behavior Modification* (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1969); and a work more significant for students of communication: Albert Bandura, *Social Learning Theory* (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1977).
29. The classic source is Sigmund Freud, *Outline of Psychoanalysis*, standard ed. (London: Hogarth Press, 1970). More contemporary are G. S. Blum, *Psychodynamics: The Science of Unconscious Mental Forces* (Belmont, Calif.: Wadsworth, 1966); and K. Menninger and P. S. Holzman, *Theory of Psychoanalytic Technique*, 2nd ed. (New York: Basic Books, 1973).
30. The cognitive paradigm is an outgrowth of the gestalt psychology of the 1920s, field theories advanced during the 1930s, and a large contemporary literature in experimental social psychology. Among the more significant works of later decades are Leon Festinger, *A Theory of Cognitive Dissonance* (Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1957); J. W. Brehm and A. R. Cohen, *Explorations in Cognitive Dissonance* (New York: Wiley, 1962); R. P. Abelson et al., eds., *Theories of Cognitive Consistency: A Sourcebook* (Chicago: Rand McNally, 1968); D. J. Bem, *Beliefs, Attitudes, and Human Affairs* (Belmont, Calif.: Brookes-Cole, 1970); and L. Berkowitz, ed., *Advances in Experimental Social Psychology* (New York: Academic Press, 1974).

الفصل ٢

ظهور الصحافة الجماهيرية

إن أول الأسئلة المحورية أو الأساسية التى طرحت فى الفصل السابق حول طبيعة وتأثير الإعـلام فى المجتمع المعاصر هو : ما هو تأثير المجتمع على وسائل إعلامه ؟ أو بعبارة أخرى ، ما هى الظروف السياسية والاقتصادية والثقافية التى جعلت وسائل الإعلام تعمل بالشكل الذى هى عليه الآن ؟ ومن الواضح أن هذا السؤال معقد للغاية ، وذلك لما يلى : أولاً ، لأن القوى الاجتماعية والثقافية التى حددت شكل وسائل الإعلام فى العالم قد اختلفت بشدة من مجتمع لآخر . ثانياً ، لأن هذه القوى لم تكن هى نفسها التى أثرت على كل وسيلة إعلام فى مجتمع ما . ثالثاً ، لأن هذه القوى اختلفت بشدة عبر مختلف المراحل التاريخية . ولهذه الأسباب لا توجد إجابة بسيطة وافية للسؤال السابق ، وبدلاً من ذلك ، يتعين على المرء أن يتتبع نمو الصحافة والسينما والإذاعة بشكل منفصل فى داخل كل مجتمع وفى الإطار الزمنى الملائم . وهذه بالتحديد هى مهمة الجزء الأول من هذا الكتاب ، والذى يركز على وسائل الإعلام الأمريكية وتطورها داخل المجتمع الأمريكى .

وبشكـل أكثر تحديداً ، سوف نتتبع خلال هذا الفصل والفصلين التاليين ظهور الصحف والأفـلام السينـمائية والإذاعة فى الإطار الاجتماعى الثقافى للولايات المتحدة

الأمريكية ، وسوف يتضح أن العديد من الأحداث التى أثرت على وسائل الإعلام الأمريكية قد وقعت إما قبل أن يكون هناك مجتمع أمريكى ، أو وقعت خارج حدود الولايات المتحدة الأمريكية . ورغم ذلك ، فسوف نترك لغيرنا مهمة مناقشة وسائل الإعلام فى إطار المنظور المقارن أو الدولى وهى مهمة على قدر كبير من الأهمية .

هناك اثنان من النماذج الاجتماعية العامة لهما فائدة كإطارين لتتبع تطور وسائل الإعلام . وهذان النموذجان هما المنظور التطورى (بشكله الاجتماعى) ونموذج الصراع الاجتماعى . والمنظور التطورى ، كنموذج عام ، يحاول شرح وتفسير الزيادات فى تعقيد المجتمع أو قطاع معين من هذا المجتمع (مثل قطاع الإعلام) ، من خلال التكيف مع الظروف المتغيرة للحياة الاجتماعية المنظمة . إن التطور الاجتماعى هو عملية تغيير . وفى هذا الإطار ، يكون التغيير متكرراً ونموذجياً وفى صورة أشكال مترابطة من التفاعل بين الناس . وربما كان الأهم من ذلك أن عملية التطور الاجتماعى هى عملية تتراكم فيها التغييرات الصغيرة فى صورة تجديدات وابتكارات يتم تحقيقها حتى يتم الوصول للأهداف بفاعلية أكبر . وبصورة حتمية وتدريجية ، تؤدى هذه التغييرات إلى تعديل جوهرى فى الطريقة التى يتم بها تنظيم بعض جوانب العملية الاجتماعية .

والتغيير الاجتماعى التطورى ليس عملية غامضة . فأصحاب القدرات الخلاقة يقترحون ويطورون وينفذون طرقاً جديدة لحل المشكلات . ويمكن أن يمثل ذلك أشكالاً متميزة من السلوك أو الحلول للمشكلات الميكانيكية ، أو ترتيبات اجتماعية أكثر فاعلية ينتج عنها أداء أفضل للعمل . وقد اقترحت بعض هذه الطرق وتمت تجربتها والإبقاء عليها لتصبح أجزاء أساسية من الثقافة المتراكمة التى تتجمع جيلاً بعد جيل . وفى نفس الوقت ، يتم رفض بعض هذه الطرق على الفور أو تلفظ بعد تجربتها أو يتم الإبقاء عليها لفترة ثم تستبدل فى النهاية بطرق أخرى أكثر فاعلية . وهكذا ، فالجنس البشرى ، مثله فى ذلك مثل الحيوانات الأخرى ، يحاول باستمرار تحسين فرصه فى البقاء من خلال عمليات لا تتوقف من التجريب والانتقاء . ومن هذه العمليات تخرج نماذج ذات فعالية متزايدة سلوكياً وميكانيكياً واجتماعياً ، وهو ما يعرف بتطور المدنية الإنسانية .

كما أن نموذج الصراع ، مفيد أيضاً فى فهم تطور وسائل الإعلام المعاصرة . وهذا النموذج الاجتماعى يقدم تفسيراً للتغيير فى العمليات والترتيبات الاجتماعية وفقاً لمبادىء مختلفة ، فهو يرى أن المجتمع يتكون من فئات وجماعات من الناس الذين تتباين مصالحهم من شخص لآخر والذين يسعون لتحقيق أهداف غالباً ما يعتبرها كل منهم خاصة به . وفى مثل هذا النظام الاجتماعى يكون الصراع حتمياً وفى كل مكان وفى جميع الأوقات . ويحدث التغيير عندما يسود جانب ، أو يتم التوصل إلى حلول وسط تلائم كلا الطرفين . وفى كلتا الحالتين يحدث التغيير . وهذا إطار هام لفهم ملامح معينة لوسائل إعلامنا المعاصرة . ولأن مختلف الجماعات كانت فى صراع وكان يتعين التوصل إلى حلول ، فإن وسائل إعلامنا الآن تتميز بعدد من الملامح الهامة التى تستمد جذورها من هذه العملية . وتشمل هذه الملامح حرية الصحافة والدعم عن طريق الإعلانات ، وحماية المصادر والملكية الخاصة . وكانت كل هذه الملامح مثاراً للنزاع والجدل فى وقت من الأوقات .

وبوجه عام ، ونتيجة لعمليات التطور البطىء ووجود العديد من الصراعات على طول الطريق ، أصبح لوسائل الإعلام بالشكل الذى توجد عليه اليوم فى مجتمعنا هيكل فريد إلى حد ما للسيطرة وترسخت لديها مجموعة من الأعراف التى تربطها بجمهورها وقرائها وصارت تتمتع بأشكال مميزة من المضمون . وقد توصلت وسائل الإعلام إلى طرق معينة للدعم المالى وحددت بوضوح علاقة كل منها بالأخرى وأيضاً بالمؤسسات الاجتماعية الهامة مثل الحكومة . وأخيراً ، فقد مرت كل وسائل الإعلام ، بدرجة أو بأخرى ، بتجربة التعرض لسلسلة من الصراعات المتكررة بين أهدافها وبين رغبات وطموحات وآمال هؤلاء الأشخاص الذين ترتفع مستويات تذوقهم الثقافى وتعليمهم بدرجة كبيرة عن المستويات المعروفة للمواطن العادى .

نماذج متكررة فى تطور وسائل الإعلام

من وجهة نظر الأسرة العادية ، فإن كل وسيلة من وسائل الإعلام كانت وقت ظهورها وسيلة جديدة يمكن قبولها أو رفضها كشكل من أشكال التكنولوجيا فى داخل البيت

أو على الأقل كابتكار يتطلب من الأسرة أن تتبنى أنماطاً جديدة من السلوك . والمبادىء التطورية التى تحكم قبول الأفراد والأسر للابتكارات الجديدة أصبحت مفهومة على نحو متزايد . إن وسائل الإعلام تلعب دوراً جوهرياً فى إنعاش السلوك الابتكارى ، وفى نفس الوقت يمكن اعتبارها ، هى نفسها ، من المبتكرات . ومن الممكن معرفة بعض السبل التى يؤثر بها المجتمع على وسائل إعلامه ويحدد شكلها ، من خلال دراسة نماذج اقتناء واستخدام هذه الوسائل بالإضافة إلى المتغيرات الاجتماعية والثقافية المتعلقة بانتشارها بين الناس .

ولسنا فى حاجة إلى الغوص فى أعماق التاريخ الأمريكى للحديث عن مجتمع بدون وسائل إعلام . ولأكثر من نصف قرن بعد إعلان المستعمرات الثلاث عشرة الأصلية لاستقلالها عن انجلترا ، لم تكن هناك صحافة جماهيرية لتوصيل الأخبار للشخص العادى . كانت هناك فقط صحف ذات توزيع محدود على وجه الدقة ، ولكن هذه الصحف كانت تختلف بشدة من حيث المضمون والنفقات والقراء ووسيلة التوزيع وحجم انتشارها عن الصحف الجماهيرية التى ظهرت بعد ذلك . وبالنسبة للسينما والإذاعة (الراديو والتليفزيون) فكلاهما لديه تاريخ طويل من الناحية الفنية ، ولكنهما ينتميان لمبتكرات القرن الحالى كوسيلتين تلعبان دوراً فى سلوك الاتصال للأسرة العادية .

والفهم الكامل لكيفية ظهور وسائل الإعلام العديدة ، فى الأوقات المعينة التى ظهرت فيها ، يحتاج لما هو أكثر من مجرد وضع قائمة بالاختراعات والابتكارات فى مجال الأجهزة الفنية إلى جانب بعض التواريخ والأسماء ، فالدراسة التاريخية لوسائل الإعلام داخل أى إطار مجتمعى بغرض إرساء نماذج متكررة ظهرت خلال نمو هذه الوسائل ، يتطلب تركيز الانتباه على ثلاثة أسئلة هامة :

(١) ما هى العناصر التكنولوجية أو الملامح الثقافية الأخرى التى تجمعت فى نموذج مرتبط بمركب ثقافى وحضارى جديد مثل صناعة الصحيفة الجماهيرية أو الفيلم أو الراديو أو التليفزيون ؟

(٢) ما هى الظروف الاجتماعية والثقافية فى المجتمع والتى حدث بداخلها هذا التجمع أو التراكم ، وكيف خلقت هذه الظروف مناخاً ملائماً لظهور وانتشار هذه الابتكارات ؟

(٣) ما هى نماذج انتشار المبتكرات داخل المجتمع وما هى الظروف الاجتماعية والثقافية التى ارتبطت بمعدلات ونماذج نموها ؟

من الواضح أن كل الأسئلة المعقدة من هذا النوع لا يمكن تقديم إجابة كافية عنها فى ثلاثة فصول من كتاب صغير ، فمثل هذه القضايا تتطلب جهداً مكثفاً من باحثين من أصحاب الرؤى المتباينة واستخدام نماذج بحث عديدة من العديد من العلوم الاجتماعية ، ودارسين يكرسون جهودهم لدراسة كل وسيلة اتصال على حدة . ومن ثم ، فإن مهمتنا هنا هى أن نحدد باختصار الملامح الرئيسية لهذه التطورات التاريخية فى محاولة لتصوير الأثر الذى يمكن أن يتركه المجتمع على تحديد شكل وسائل الإعلام ، وذلك فى إطار المجتمع الأمريكى ولسوف نلخص بإيجاز شديد بعض الأحداث والقوى الاجتماعية الكبرى التى ارتبطت بتطور كل وسيلة من وسائل الاتصال فى الولايات المتحدة .

الصحافة الجماهيرية

تمتد الملامح الثقافية الأساسية المرتبطة بالصحيفة الجماهيرية فى أعماق التاريخ . والصحيفة الحديثة تمثل تجمعاً لعناصر من مجتمعات وفترات زمنية عديدة . وحتى قبل ميلاد المسيح ، كان الرومان يعلقون فى الأماكن العامة نشرات أطلق عليها اسم أكتاديورنا acta diurna وكان الصينيون والكوريون يستخدمون نوعاً من الخشب المحفور عليه والورق للطباعة وذلك قبل قرون عديدة من ظهور الطباعة فى أوروبا . وفى القرن السادس عشر ، أى بعد ظهور الطباعة فى أوروبا ، طبعت حكومة البندقية نشرة خبرية صغيرة أو نشرة صحفية كان يمكن شراؤها مقابل جازيتا gazeta وهى عملة معدنية صغيرة . وقد استمر حتى يومنا هذا استخدام كلمة « جازيتا » بمعنى صحيفة . وفى أوائل القرن السابع عشر ، ظهر فى ألمانيا ما هو أقرب لفكرتنا عن الصحيفة الحديثة . ويقول الخبراء المتخصصون فى تاريخ الصحافة إن العديد من ملامح الصحيفة الحديثة ، مثل المقال الافتتاحى والمقالات الرياضية والصور والأعمدة السياسية وحتى الرسوم

الهزلية ، قد استخدمت فى مكان أو آخر قبل فترة طويلة من ظهور صحافة الجماهير .

النماذج الأولى للصحيفة

رغم أن الطباعة قد أدخلت إلى انجلترا فى أواخر القرن الخامس عشر إلا أن النماذج الأولى أو الأسلاف المباشرة للصحيفة ، إن جاز التعبير ، لم تظهر إلا بعد قرن ونصف أى بالتحديد فى عام ١٦٢١ . وقد أطلق عليها اسم كورانتوس corantos وقد تركز مضمونها على المعلومات الخارجية ونشرت بانتظام ، مثلها فى ذلك مثل الصحف التى جاءت بعد ذلك ، ومنذ البداية ، وضعت الحكومة القواعد واللوائح التى تنظم بدقة نشر الكورانتوس . وقد كان القرن السابع عشر بوجه عام هو القرن الذى شهد على الأقل محاولة التنظيم الدقيق لكل أشكال الطباعة ومن النماذج الشيقة التى يمكن ملاحظتها فى تاريخ الصحافة ، أنه فى المجتمعات ذات الحكومات المركزية القوية ، كانت الصحافة غير المنضبطة أو المنظمة تميل نحو النمو والتقدم بصورة بطيئة للغاية . وحيثما كانت السلطة المركزية ضعيفة ، كانت الصحافة تميل إلى التطور تحت قيود أقل وتتقدم بسرعة أكبر . وبشكل عام ، فكلما تزايد مدى اعتماد الحكومة الفعلى على تأييد الرأى العام ، كان من الأرجح أن تؤيد الحكومة وتدعم حرية الصحافة . وعندما يلعب المواطنون العاديون دوراً هاماً فى تقرير مصيرهم السياسى ، يكون توزيع الأخبار والأراء السياسية عملية هامة . والأنظمة الملكية أو المجتمعات ذات السلطة المركزية القوية لا تتطلب مناقشات عامة حامية للقضايا التى يجب أن يكون للمواطن رأى أو قرار مستنير فيها .

ولقد اندلع النضال من أجل إرساء دعائم مبدأ حرية الصحافة الهام خلال الفترة التى بدأت تتداعى فيها الأنظمة الملكية الإقطاعية ، وتظهر مفاهيم جديدة للديمقراطية السياسية بدلاً منها . وهذه الاعتبارات ، تقود مباشرة للاعتقاد بأن أحد أهم التغييرات فى المجتمع الغربى ، والذى رجح كفة تطوير شكل ما من الإعلام ، كان هو تغيير المؤسسة السياسية ، والذى أدى فى نهاية الأمر إلى تسليم سلطة وقوة الصوت الانتخابى لغالبية المواطنين . وقد أدى هذا التغيير الطويل والمعقد إلى إرساء دعائم تقاليد الصحافة ، التى جعلت الصحيفة ـــ منذ البداية ـــ ساحة للحوار العام والاحتجاج والتعليق السياسى ، وفى الوقت الذى ظهرت فيه وسائل الإعلام الكبرى الأخرى ، كان

قد تم تحقيق هذا التحول السياسى إلى حد بعيد . ولم يكن للسينما أو الإذاعة ، فى الولايات المتحدة على الأقل ، نفس الدور الذى لعبته الصحافة بالنسبة لتطوير الاهتمام العميق بالسياسة خلال السنوات الأولى من ظهورها . ومن الواضح أن هذه المتغيرات والعوامل كانت مرتبطة بنماذج مختلفة فى البلدان الأخرى .

وفى خلال الفترة التى سبقت بدء نمو بذور الثورتين الأمريكية والفرنسية ، كان كل نسيج المجتمع الغربى يمر بمرحلة التغيير . فلقد أفسحت العصور المظلمة الطريق لعصر النهضة ، وكان المجتمع الإقطاعى القديم بنموذجه الطبقى الجامد يتوارى بالتدريج ليحل محله هيكل اجتماعى جديد تحتل فيه الطبقة الوسطى القوية مركز الصدارة . هذه التغييرات كان يستحيل فصلها عن نمو الروح التجارية التى وصلت إلى ذروتها فى نهاية الأمر بالثورة الصناعية . وهذه الروح التجارية كان من الضرورى أن تعتمد على تحسين إمكانيات مختلف أنواع وسائل الاتصال . وكانت الحاجة ملحة لتطوير الطرق التقنية من أجل تنسيق عمليات التصنيع والشحن وإنتاج المواد الخام والتعاملات المالية واستثمار الأسواق واستغلالها .

الصحف فى المستعمرات الأمريكية

كان مجىء وسائل الإعلام السريعة والتى تنتشر لمسافات بعيدة يتسم بالبطء . وفى نفس الوقت ، كانت الطبقة الوسطى الناهضة قد بدأت هى نفسها تشكل جمهوراً ليس فقط بالنسبة لآخر أنباء المعاملات التجارية بل أيضاً بالنسبة للتعبير السياسى والمقالات والشئون الأدبية . وفى انجلترا ، كان يتم تلبية هذه الحاجات بواسطة كتاب وصحفيين من أمثال أديسون وستيل وصمويل جونسون ودانيال ديفو . أما فى المستعمرات الأمريكية ، فقد تطورت بسرعة طبقة وسطى ذات مصالح واهتمامات تجارية . وكانت نيو إنجلند مكاناً للسفن والموانىء والتجارة من كل نوع . وخلال الجزء الأول من القرن الثامن عشر ظهر عدد من الصحف الصغيرة . وحققت معظم هذه الصحف فشلاً من الناحية المالية ، ولكن بعضها استمر لعدة سنوات ، ولم يكن توزيعها كبيراً على الإطلاق حيث لم يتجاوز عادة الألف نسخة . وفى الوقت الذى تمت فيه صياغة إعلان الاستقلال ، كان هناك حوالى خمس وثلاثين صحيفة من هذا النوع الصغير الذى كانت

تتم طباعته بطريقة بدائية فى المستعمرات الثلاث عشرة . وبالنسبة لمعظم ناشرى وأصحاب هذه الصحف فقد تحايلوا على العيش عن طريق بيع صحفهم على أساس الاشتراكات (التى كانت مرتفعة نسبياً) ومن خلال نشر بعض الإعلانات . ولم يكن حجم المخاطرة المالية لإصدار صحيفة كبيراً فى حالة ما إذا كان الناشر أو صاحب الجريدة يعمل مديراً لمحطة بريد أو لديه عقداً مع الحكومة للطباعة .

كانت صحافة المستعمرات ، كما أطلق على هذه الصحف كلها ، يتم تحريرها ونشرها بواسطة أشخاص لا يمكن اعتبارهم رموزاً أدبية بارزة باستثناء بعض الصحفيين البارزين الذين ارتبط اسمهم بصحافة المستعمرات أمثال بنيامين فرانكلين . وكانت هذه الصحف مازالت تستخدم فى الأساس نفس تكنولوجيا الطباعة التى استخدمها جوتنبرج قبل ثلاثة قرون . ولم يكن لديها جمهور ضخم ينتشر بينه محبو القراءة غير الأميين . كذلك لم تكن هناك مراكز مدنية كثيفة السكان يمكن أن تصبح سوقاً لهذه الصحف . وبالإضافة إلى ذلك ، كانت صحف المستعمرات تفتقد الأسس الملائمة لتمويل صحافة الجماهير . ورغم ذلك ، فقد تراكم رصيد الملامح الحضارية فى المجتمع بما فى ذلك تكنولوجيا الطباعة الأساسية والملكية الخاصة للصحف وأيضاً ، كما ذكرنا من قبل ، مبدأ حرية الصحافة .

الصحف للجميع

قبل أن يصبح من الممكن تطور صحافة الجماهير ، كان من الضرورى أن تحدث تغييرات اجتماعية كاسحة فى المجتمع الغربى . وقد تحدثنا بالفعل عن تغير الأدوار السياسية للمواطنين العاديين . كما أشرنا أيضاً إلى نمو الروح التجارية التى أدت إلى نماذج متغيرة من الطبقية الاجتماعية . ونمو الطبقة الوسطى فى المجتمع . ويمكن أن تضاف إلى ذلك التطورات الضرورية للطباعة ، وتكنولوجيا الورق التى زادت من إيقاعها بالمنجزات والمخترعات الميكانيكية فى بداية الثورة الصناعية . وأخيراً ، أصبحت الساحة معدة لدمج كل هذه العناصر فى صورة صحيفة للناس العاديين ، وخصوصاً بعد أن أصبح التعليم العام ــ على نطاق واسع ــ حقيقة واقعة بإنشاء أول نظام للمدارس العامة فى ولاية ماساشوسيتس خلال الثلاثينيات من القرن الماضى .

وقد حاول عدد من العاملين بمجال الطباعة والنشر تجربة فكرة الصحيفة رخيصة الثمن والتى يمكن بيعها ليس عن طريق اشتراكات سنوية ولكن بالنسخة الواحدة لسكان المدن . وقد تمت تجربة هذه الفكرة بطرق عديدة فى انجلترا والولايات المتحدة ولكن دون نجاح . وكان أحد رجال الطباعة المغمورين فى نيويورك مازال يبحث عن صيغة ناجحة فى هذا الاتجاه وهو بنيامين داى . وقد بدأت صحيفته الصغيرة وكان اسمها « نيويورك صن » "The New York Sun" بصورة متواضعة فى ٣ سبتمبر ١٨٣٣ تحت شعار « إنها تشع وتضىء للجميع » "It shines for all" . وكما أثبتت الأحداث فيما بعد ، فقد كانت بالفعل تشع وتضيء للجميع . وبعد أن بدأ بنيامين داى عصراً جديداً فى الصحافة ، حدثت بعد سنوات قليلة ثورة صحفية كبرى .

كانت صحيفة « نيويورك صن » تهتم بالأخبار المحلية ، والقصص الإنسانية وحتى التقارير المثيرة والأحداث المروعة . وعلى سبيل المثال ، استأجر بنيامين داى محرراً للحوادث اليومية وكان يكتبها بطريقة هزلية وبأسلوب فكاهى بهدف إضافة « التوابل » إليها لتجذب القراء . وقد وجد أسلوب « الدغدغة » هذا جمهوراً مستعداً لتقبله بين الطبقة العاملة التى كانت قد تعلمت القراءة لتوها . كما وجد هذا الأسلوب أيضاً الكثيرين من النقاد فى انتظاره بين السكان التقليديين للمدينة . وكانت هذه الصحيفة تباع بالنسخة ـــ بثمن قدره بنساً واحداً لكل نسخة ـــ وكان يتولى توزيعها الصبية فى الشوارع . وسرعان ما حدد هؤلاء الصبية الطرق المنتظمة التى يمر بها الزبائن . وارتفع التوزيع اليومى إلى ٢٠٠٠ نسخة خلال شهرين فقط . وأدى الأسلوب الرشيق والتوزيع النشط للصحيفة إلى ارتفاع هذا الرقم إلى ٥٠٠٠ فى أربعة شهور ثم ٨٠٠٠ فى ستة شهور . وقد أدى النجاح المذهل لهذه الصحيفة المثيرة للجدل إلى إثارة هياج أصحاب وناشرى الصحف الأخرى . وفى ذلك الحين ، كان المحرك البخارى قد أضيف إلى مطبعة الروتارى وأصبحت مطبعة Hoe cylinder press متاحة وموجودة فى الولايات المتحدة بالإضافة إلى ورق الصحف الرخيص المصنوع من لب الشجر . وتم حل المشكلات الفنية لإنتاج وتوزيع أعداد كبيرة من نسخ الصحف يومياً ، وأصبحت الصحافة الجماهيرية أمراً واقعاً .

ولقد حدثت تغييرات تطورية إضافية ، فجريدة « الصن » حققت توزيعها الكبير أساساً من خلال التوجه للقراء الجدد الذين لم تصل إليهم من قبل أى صحيفة . وكان

من أهم ملامح صحيفة البنس التى أصدرها بنيامين داى وهؤلاء الذين ساروا على دربه أنها قامت بإعادة صياغة الأخبار لتلائم أذواق ومصالح ومهارات وقدرات المستويات الأقل تعليماً فى المجتمع . وحتى ذلك الحين ، كانت « الأنباء » تعنى بوجه عام التقارير حول الأحداث الاجتماعية والتجارية والسياسية ذات الأهمية الكبرى أو الأحداث التى تحظى باهتمام واسع . إلا أن بنيامين داى ملأ صحيفته بأنباء وأخبار من نوع آخر ، مثل : تقارير عن الجرائم وقصص الخطيئة والمصائب والكوارث . وكانت هذه أخباراً مثيرة بالنسبة لرجل الشارع الذى وجدها مسلية . وقد لجأ محررو بنيامين داى أيضاً إلى الخداع والفبركة المحكمة فيما يتعلق بالمكتشفات العلمية الجديدة حول الحياة على القمر .

وعندما كانت صحيفة أخرى تكشف هذه « الفبركة » كان القراء يعتبرونها نوعاً من المزاح الطريف . كانت هذه الصحيفة سوقية ورخيصة ومثيرة . . وكانت تتوجه مباشرة إلى الجماهير التى تعلمت القراءة مؤخراً ، والتى كانت تبدأ المشاركة فى الثورة الصناعية المنتشرة . ولقد كانت هناك بعض المواد الجادة فى الصحيفة إذا شئنا الدقة ، ولكن افتتاحيتها وتقاريرها السياسية ومشكلاتها الاقتصادية كانت أكثر سطحية بكثير من الصحف السابقة التى كانت تتوجه إلى قراء أكثر تعقيداً من الناحية السياسية . وبحلول عام ١٨٣٧ ، كانت صحيفة « الصن » توزع ٣٠ ألف نسخة يومياً أى أكثر من إجمالى توزيع كل صحف نيويورك مجتمعة فى مرحلة ظهور صحيفة البنس الواحد .

وقد بدأ من يقلدون بنيامين داى فى إصدار صحف منافسة على الفور . وكانت صحافة البنس تمثل مشروعاً مالياً ناجحاً لأنها جذبت انتباه المعلنين بشكل ملحوظ . والحقيقة أن عائد الإعلانات كان هو مصدرها الحقيقى الوحيد للدعم المالى ، فالبنس الذى كان يدفع فى شرائها كان لا يمكن أن يغطى ثمن الورق الذى تطبع عليه . ولكن البضائع والخدمات الخاصة بالاستهلاك الجماهيرى كان من الممكن الإعلان عنها بنجاح فى صحافة البنس . وكانت هذه الإعلانات تصل إلى أعداد كبيرة من الزبائن المحتملين وبمعدلات أكبر بكثير من العدد الذى يمكن أن تصل إليه هذه الإعلانات إذا نشرت فى الصحف الأخرى ذات التوزيع المحدود . وكانت الأدوية المسجلة ذات التركيب السرى والتى يسجل حق صنعها فى الدوائر الحكومية هى أحد نماذج السلع التى يعلن عنها بشعارات مثل « للإنسان والوحش » ، والتى لعبت دوراً بارزاً فى تقديم الدعم المالى

لصحف البنس الجديدة . كما لجأت المحال الكبرى أيضاً إلى الصحف للإعلان فيها عن بضائعها .

وبالنسبة لهؤلاء المعلنين ، كان حجم توزيع الصحيفة يعد مؤشراً هاماً للفائدة التى بوسعهم توقعها من الإعلان فيها . وكانت الصحيفة التى تستطيع أن تضع رسالة إعلانية أمام عشرات الألوف من القراء تجذب الدولار الإعلانى أى المبلغ المدفوع كثمن للإعلان فيها . وهذا القانون البسيط « قانون الأعداد الكبيرة » أدى إلى إشعال المنافسة بين الصحف من أجل جذب القراء الجدد إليها . وكان لهذا الشكل من الصراع عواقب هامة بالنسبة لتطور الصحافة الجماهيرية خلال النصف الأخير من القرن التاسع عشر . وكانت له بحق عواقب على وسائل الإعلام التى لم تظهر إلى الوجود إلا بعد قرن كامل من الزمان . إن الأسس الهامة للنموذج الراسخ للعلاقات الاجتماعية التى تربط بين المعلن والعاملين فى وسيلة الإعلام والجمهور والتى تشكل منهم نظاماً وظيفياً لإنتاج أنواع معينة من المضمون الإعلامى ، قد وضعت خلال السنوات الأولى من تطور الصحافة الجماهيرية .

وفى نفس الوقت ، كان أبرز وأنجح منافسى بنيامين داى هو جيمس جوردون بينيت الذى أسس امبراطورية صحفية بمبلغ ٥٠٠ دولار فقط ، ومكتباً متواضعاً فى قبو . كان بينيت اسكتلندياً صارماً وداهية . وقد بدأ بإصدار صحيفة الهيرالد "the Herald" فى نيويورك وسخر من التقاليد والأعراف المحافظة فى عصره ، ونشر التقارير والأنباء المثيرة حول المحاكمات فى جرائم القتل والاغتصاب والخطيئة والفسق والفساد . وفى نفس الوقت ، أبدى اهتماماً كبيراً بالسياسة والشئون المالية وحتى الشئون الاجتماعية وأخبار المجتمع الراقى . وقد أعطى هذا المضمون الواسع للهيرالد جاذبية كبرى وجعلها تحقق نجاحاً مالياً هائلاً . وفى نفس الوقت ، جعل بينيت لنفسه عدداً كبيراً من الأعداء والخصوم بسبب مقالاته القوية التى كثيراً ما كانت مخزية وتتسم بالافتراء . وعلى سبيل المثال ، فقد كتب عام ١٨٣٦ يقول :

> كان للكتب يومها . . وكان للمسارح يومها . . وكان لمعبد العقيدة يومه . . والصحيفة يمكن أن تسبق كل ذلك فى الحركات العظيمة للفكر الإنسانى وللحضارة الإنسانية . فالصحيفة يمكن أن ترسل المزيد من الأرواح إلى السماء وأن تنقذ المزيد من الأرواح من

الجحيم . وهى تستطيع أداء هذه المهمة بشكل أفضل من كل الكنائس فى نيويورك إلى جانب تحقيق ربح مادى فى نفس الوقت [١] .

ورغم أن نبوءة بينيت المروعة لم تتحقق ، إلا أن الصحيفة كانت على وشك أن تبدأ انتشارها فى المجتمع الأمريكى لتلعب دوراً متزايد الأهمية فى شئونه اليومية .

مرحلة الانتشار السريع

رغم أن الصحافة الجماهيرية ظهرت فى الثلاثينيات من القرن الماضى إلا أنها كانت مازال محدودة فيما يتعلق بجمع الأخبار وتكنولوجيا الطباعة والتوزيع . وقبل أن تنتشر الصحيفة على نطاق واسع فى بيوت كل مدينة أمريكية ، كانت هناك مشكلات هامة وعديدة يتعين حلها . وقد كانت العقود الزمنية التى سبقت الحرب الأهلية مباشرة حافلة بالتطورات الميكانيكية والعلمية والفنية التى جعلت من الممكن للصحيفة الجماهيرية الوليدة أن تنمو لتصبح عملاقة ، فقد شيدت طرق السكك الحديدية بين المدن الرئيسية فى الجزء الشرقى من البلاد ، وظهرت السفينة البخارية كوسيلة انتقال كبرى بعد عام ١٨٤٠ تقريباً ، ثم تزايدت فائدة التلغراف كوسيلة سريعة لنقل الأخبار من مواقع الأحداث الهامة إلى مكاتب تحرير الصحيفة . وقد زادت هذه التطورات إلى حد بعيد من جاذبية الصحيفة للقراء ، وأدت أيضاً إلى زيادة عدد الناس الذين يمكن توزيع الصحيفة بينهم .

تطور التكنولوجيا الاجتماعية والميكانيكية

وشيئاً فشيئاً ، بدأت الصحف تسعى وراء الأخبار وتطور دور المحرر ليصبح أكثر تعقيداً وتخصصاً ، كما ضمت الصحف المراسلين فى الخارج والمتخصصين فى جمع الأخبار من كل نوع . وتم إرسال المحررين إلى ساحات المعارك بينما تمركز آخرون فى العاصمة واشنطن لتغطية الأحداث السياسية . وأصبح دور الصحافة كرقيب حقيقة واقعة [٢] .

وقد قوبل تزايد الطلب على الأخبار الطازجة الجديدة بإنشاء وكالات تعاونية متخصصة فى جمع الأخبار والتى استفادت بدورها من أسلاك البرق والتلغراف وكانت هذه الوكالات ترسل بقصصها إلى الصحف فى مختلف أنحاء البلاد وفقاً لاتفاقات تعاقدية . ووفقاً لهذه الاتفاقات ، كانت هيئة تحرير صحيفة ما قرب مكان الحدث تقوم بتغطيته للعديد من الصحف الأخرى مما أدى إلى تخفيض كبير من نفقات جمع الأخبار . وأدت هذه التطورات إلى وصول الصحيفة للمدن الأصغر والبلدان وحتى للمدن الجديدة فى الغرب الأمريكى .

وكانت تكنولوجيا الطباعة تحقق تقدماً سريعاً . وتنطلق نحو الاعتماد بشكل متزايد على الميكنة والآلية . وأصبحت المطابع الدوارة "Revolving presses" قادرة على طبع ١٠ آلاف وربما ٢٠ ألف صفحة فى الساعة .

وقد أضافت الحرب الأهلية نوعاً من النضج للصحيفة حيث عززت من المفهوم القائل بأن الوظيفة الرئيسية للصحيفة هى جمع وتحرير ونشر الأخبار . وتقلص بشكل ملحوظ المفهوم القديم للصحيفة باعتبارها طرفاً منحازاً لرأى سياسى بعينه . وقد حددت صحف ما بعد الحرب أدوارها بشكل أوضح باعتبارها باحثة عن الأحداث وجامعة للأخبار وممولة لهذه الأخبار ، أى تزود الآخرين بها locators, assemblers, and purveyors . وليس المقصود من ذلك أن الصحف أصبحت غير مهتمة أو غير منحازة أو أنه لا رأى لها فيما يتعلق بالسياسة ، بل على العكس ، فقد استخدم الناشرون والمحررون صحفهم غالباً فى قيادة تزعم قضايا من نوع أو آخر ، وفى شن حملات ضد خصومهم السياسيين . ولكن فى نفس الوقت ، كان الجميع مشغولين تماماً بجمع الأخبار ونشرها .

ذروة شعبية الصحيفة

استمرت الصحف تحقق شعبية متزايدة . وفى عام ١٨٥٠ ، كان يتم شراء نسختين من كل صحيفة يومية فى الولايات المتحدة لكل عشر أسر . وتزايد معدل توزيع الصحيفة بشكل مطرد ولكن ليس بنسبة كبيرة حتى الثمانينيات من القرن الماضى . وفى خلال المدة بين ١٨٩٠ - ١٩١٠ ، ارتفع معدل توزيع الصحيفة بالنسبة لكل بيت بدرجة حادة .

واستمـر هذا النمو السريع حتى فترة الحرب العالمية الأولى تقريباً ثم انخفض مستواه خلال العشرينيات من هذا القرن . ورغم ذلك ، يعتبر العقد الأخير من القرن التاسع عشر فترة ذات أهمية خاصة بالنسبة لنمو الصحافة لأنه كان يمثل بداية نوع جديد من الصحافة . ورغم أن هذه الصحافة الجديدة لم يتم إرساؤها بشكل دائم إلا أنها تركت بصمتها على الصحيفة الأمريكية . والآن ، دعونا ننظر بشيء أكبر من التفصيل إلى هذا التطور ، نظراً لأهميته فى فهم نماذج نمو وسائل الإعلام الأخرى التى ظهرت فى وقت لاحق .

الصراع والصحيفة المتغيرة

فى حين كانت الصحيفة تنمو وتتطور ، كان النصف الثانى من القرن التاسع عشر يمثل مرحلة تغيير سريع وصراع ، وفترة انتقالية بالنسبة للمجتمع الأمريكى . وقد كانت هذه الفترة عصراً تميز ، على الفور ، باتساع الحدود والحرب الأهلية المدمرة وعواقبها ووصول موجة بعد موجة من المهاجرين والتحرك من الريف إلى المدينة والانتقال بسرعة متزايدة نحو المجتمع الصناعى ، والواقع أن أيًا من هذه التغييرات كان يمكن أن يؤدى إلى تغير جذرى فى أسس التنظيم الاجتماعى للمجتمع . وقد كان تأثير هذه التغييرات مجتمعة ، محسوساً بدرجة أعمق ، فقد حلت أعراف جديدة محل القديمة ، وتم التخلى عن عادات كانت راسخة من قبل ، وأفسحت طرق الحياة التقليدية الطريق لنظام اجتماعى جديد . ولـو كان أى مجتمـع قد مر بفترة انقلاب وانتقال حضارى شامل فلابد وأن يكون هو المجتمع الأمريكى خلال العقود الخمسة الأخيرة من القرن التاسع عشر .

الصحافة الصفراء

لقد تميز الإطار الاجتماعى ، الذى انتشرت ونضجت فيه الصحافة الجماهيرية ، بالصراع الثقـافى . فقد كان يتعين على وسيلة الإعلام الجديدة أن تحدد وترسى أسس القوانين الأساسية التى ستنظم مسئولياتها أمام الرأى العام الذى تخدمه والتى تضع الحدود على

نوع المضمون الذى ستحتويه . وبينما كان الهيكل المعيارى للمجتمع نفسه يمر بأزمة ، لم يكن من الغريب أن تصبح الصحافة الجماهيرية قادرة على صياغة « شرائعها وقوانينها الصحفية » بعد فترة عاصفة إلى حد ما من مرحلة المراهقة التى مرت بها .

وقد كانت مرحلة « الصحافة الصفراء » واحدة من أهم مراحل تطور الصحافة ، ففى الثمانينيات من القرن الماضى ، كانت الصحيفة قد حققت انتشاراً واسعاً فى البيوت الأمريكية . وكان من الصعب تحقيق زيادات فلكية أخرى فى التوزيع . . وفى نفس الوقت ، كانت الصحافة قد استقرت كمشروع مالى ناجح مادام ممكناً الحفاظ على التوزيع فى حده الأقصى . وفى إطار هذه المنافسة بين الصحف ، اندلعت صراعات وحشية على المزيد من القراء بين المسئولين عن الصحف الكبرى المتنافسة . وفى نيويورك ، على وجه الخصوص ، اندلع الصراع بين ويليام راندولف هيرست وجوزيف بوليتزر بكل الوسائل المتاحة من أجل زيادة أرقام التوزيع التى كانت ـ بالطبع ـ مفتاح زيادة عائد الإعلانات والأرباح . وقد لجأ كل طرف إلى مختلف الوسائل والأساليب والحيل والأفكار لجعل صحيفته جذابة بالنسبة لجماهير القراء . والصحف اليوم تحتوى على العديد من هذه الوسائل التى كانت فى الواقع إحدى ثمار مرحلة التنافس هذه فى التسعينيات من القرن الماضى . وكان من بين هذه الوسائل الرسوم الهزلية الملونة وإحدى شخصيات هذه الرسوم كان يطلق عليها اسم كيد الأصفر Yellow Kidd ويقال أن تعبير الصحافة الصفراء قد اشتق من هذا الاسم .

وباشتعال حدة المنافسة وتحولها إلى صراع معلن تحولت الصحف أكثر فأكثر نحو أى وسيلة مثيرة لجذب المزيد من القراء بصرف النظر عن مدى فجاجتها أو سطحيتها وضحالتها . وفى أوائل التسعينيات من القرن الماضى ، تعرض الرأى العام الأمريكى لعاصفة هوجاء من الصحافة الصفراء . وهذا ما جاء فى كتاب « الصحافة وأمريكا » عن الصحافة الصفراء (*):

« أغلق الصحفيون الصفر كل قنوات الأخبار ، التى كان المواطن العادى يعتمد عليها ، بتجاهل صريح ومباشر للقيم والمسئوليات الصحفية . كان كل هدفهم هو الإثارة

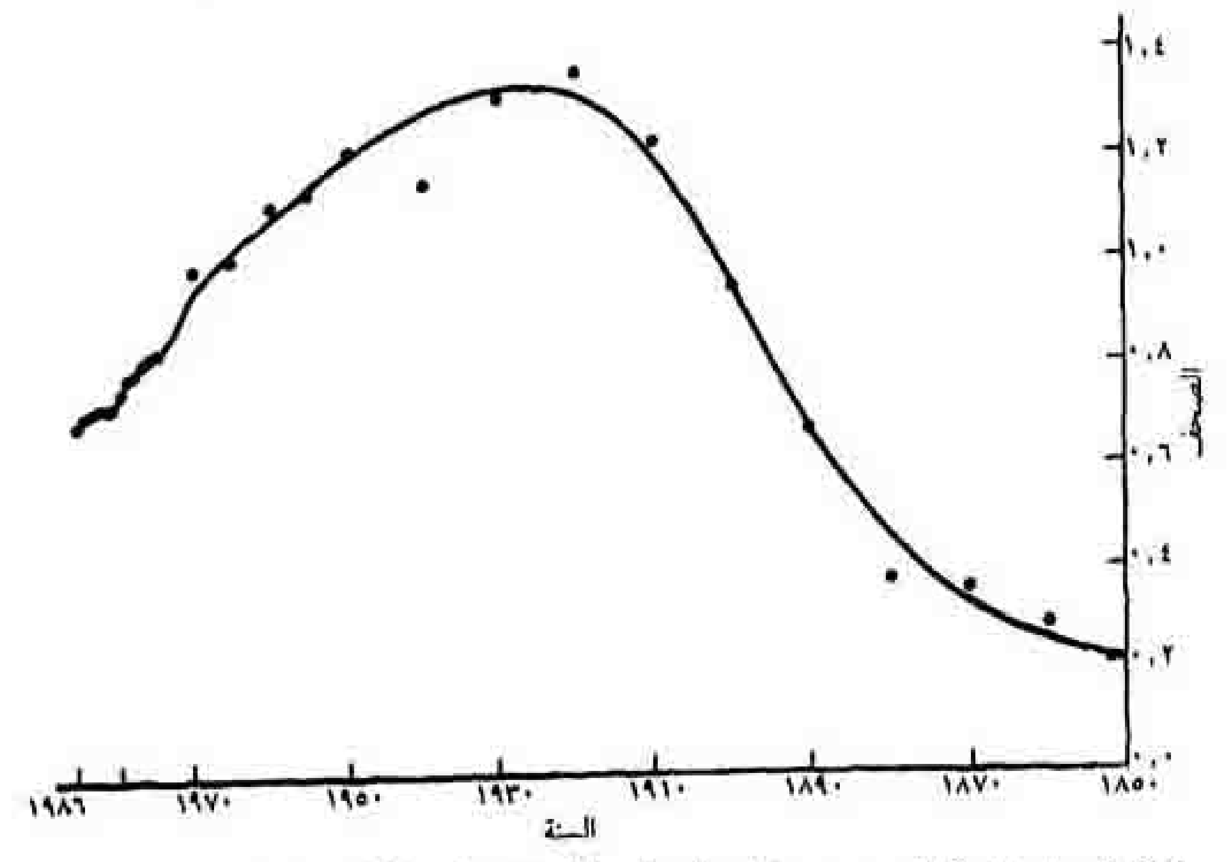
(*) كتاب « الصحافة وأمريكا » لمؤلفيه إدوين إيمرى وهـ. ل. سميث . وقد صدر فى عام ١٩٥٤ . (المترجم)

والبهرجة مهما كانت سقيمة الذوق . وكان الشيطان وحده هو الذى يرعى هذا النوع من الصحافة الذى يغازل القارىء بكل الوسائل الممكنة . وقد أساءت الصحافة الصفراء استغلال أساليب الكتابة والصور والطباعة التى كانت مثار فخر الصحافة الجديدة وحولتها بعيداً عن هدفها الأصلى حيث استخدمتها كوسيلة للإفساد والتضليل . لقد حولت هذه الصحافة الصفراء دراما الحياة الراقية إلى ميلودراما رخيصة ، وقامت بلوى عنق الحقائق كل يوم لتحولها إلى أى شكل قادر على زيادة مبيعات بائع الجرائد الصغير الذى يصرخ عند نواصى الشوارع وتقاطعات الطرق . والأسوأ من كل ذلك ، أن هذه الصحف بدلاً من أن تقدم لقرائها القيادة الفعالة والمؤثرة ، قدمت لهم مجرد مسكنات من الخطيئة والجنس والعنف [٣] » .

ولقد أساءت الصحافة الصفراء إلى عدد كبير من الجماعات والأفراد لدرجة أن عاصفة من الانتقادات اندلعت ضدها لتوضح للمسئولين عن الصحافة الجماهيرية أنهم تجاوزوا الحدود التى يمكن أن يقبلها المجتمع أو يسمح بها . ولقد أضير المثقفون بوجه عام والأدباء بوجه خاص من جراء هذه الصحافة الصفراء ، فقد تحولت أمام عيونهم وسائل الاتصال الجديدة العظيمة ، التى كانت تحمل معها إمكانية قيام نهضة ثقافية وأدبية عامة ، لتصبح ذات تأثير موغل فى الانحطاط المجتمعى .

ظهور أنظمة التحكم والسيطرة الاجتماعية

وقد أعرب رجال الدين والتعليم والقانون والحكومة عن احتجاجهم الشديد . وأصبح آلهة الصحافة وأساطينها يواجهون خطر فقدان ثقة الرأى العام ، بل وإمكانية فرض قواعد ولوائح عليهم من الخارج . ودفعت هذه الاعتبارات عدداً من كبار الناشرين للبدء فى عملية ترتيب بيوتهم . وأدى حسم الصراعات إلى ظهور ترتيبات وتجهيزات اجتماعية جديدة . وبالتدريج ، أصبحت الصحافة أقل ميلاً للإثارة وأكثر شعوراً بالمسئولية . وشيئاً فشيئاً اتضحت مجموعة من القوانين والتقاليد والأعراف التى ترسم حدودها ومسئولياتها ، ووضعت الاتحادات المهنية للمحررين والناشرين « تشريعات صحفية » كانت بمثابة المرشد والدليل لأعضائها . وفى حين تختلف الصحافة الجماهيرية اليوم إلى حد كبير فى درجة التزامها بهذه التشريعات ، إلا أن تجاوزات الصحافة الصفراء تبدو



الشكل ٢ - ١ يمثل هذا الرسم منحنى توزيع الصحف والاشتراكات المنزلية فى أمريكا فى الفترة من ١٨٥٠ وحتى ١٩٨٦ .

الآن من آثار الماضى . وبدرجة أكبر من التعميم ، يمكن القول أنه ، من هذه التجربة الصحفية ، جاءت مجموعة من المبادىء الراسخة التى ساعدت بشكل أو بآخر فى توضيح أدوار ومسئوليات وسياسات وسائل الإعلام التى ظهرت بعد ذلك .

مستقبل الصحافة الجماهيرية

فى الجدول (٢ - ١) توجد معلومات حول توزيع الصحف وهذه الأرقام تشمل كلاً من التوزيع ونمو عدد الأسر التى تشترى هذه الصحف خلال الفترة من ١٨٥٠ وحتى ١٩٨٦ . والعامود الأخير من الجدول يشمل معدلات توزيع الصحيفة بالنسبة لكل أسرة . والنموذج الذى تشكله هذه المعدلات ـ بمرور الوقت ـ موضح فى الشكل (٢ - ١) الذى يوضح أن معدلات توزيع الصحيفة اليومية لكل أسرة تسير على شكل حرف S أو « منحنى الإقبال » يطابق هو نفسه نماذج النمو التى سارت عليها مبتكرات

الجدول (٢ - ١) توزيع الصحف اليومية فى الولايات المتحدة (١٨٥٠ - ١٩٨٦) .

السنة	إجمالى توزيع الصحف اليومية باستثناء أعداد يوم الأحد (بالألوف)	إجمالى عدد الأسر (بالألوف)	التوزيع لكل أسرة
١٨٥٠	٧٥٨	٣,٠٩٨	,٢١
١٨٦٠	١,٤٧٨	٥,٢١١	,٢٨
١٨٧٠	٢,٦٠٢	٧,٥٧٩	,٣٤
١٨٨٠	٣,٥٦٦	٩,٩٤٦	,٣٦
١٨٩٠	٨,٣٨٧	١٢,٦٩٠	,٦٦
١٩٠٠	١٥,١٠٢	١٥,٩٩٢	,٩٤
١٩١٠	٢٤,٢١٢	١٧,٨٠٦	١,٣٦
١٩٢٠	٢٧,٧٩١	٢٠,٦٩٧	١,٣٤
١٩٣٠	٣٩,٥٨٩	٢٩,٩٠٥	١,٣٢
١٩٤٠	٤١,١٣٢	٣٤,٨٥٥	١,١٨
١٩٥٠	٥٣,٨٢٩	٤٣,٤٦٨	١,٢٤
١٩٥٥	٥٦,١٤٧	٤٧,٧٨٨	١,١٧
١٩٦٠	٥٨,٨٨٢	٥٢,٦١٠	١,١٢
١٩٦٥	٦٠,٣٥٨	٥٧,٢٥١	١,٠٥
١٩٧٠	٦٢,١٠٨	٦٢,٨٧٥	,٩٩
١٩٧٥	٦٠,٦٥٥	٧١,١٢٠	,٨٥
١٩٧٦	٦٠,٩٧٦	٧٢,٨٦٧	,٨٤
١٩٧٧	٦١,٤٩٥	٧٤,١٤٢	,٨٣
١٩٧٨	٦١,٩٨٩	٧٦,٠٠٠	,٨١
١٩٧٩	٦٢,٢٢٣	٧٧,٣٠٠	,٨٠
١٩٨٠	٦٢,٢٠١	٨٠,٧٧٦	,٧٧
١٩٨١	٦١,٤٣٠	٨٢,٤٠٠	,٧٤
١٩٨٢	٦٢,٤٨٧	٨٣,٥٢٧	,٧٤
١٩٨٣	٦٢,٦٤٤	٨٣,٩١٨	,٧٤
١٩٨٤	٦٣,٠٨١	٨٥,٤٠٧	,٧٣
١٩٨٥	٦٢,٧٦٦	٨٦,٧٨٩	,٧٢
١٩٨٦	٦٢,٤٨٩	٨٨,٤٥٨	,٧٠

المصادر : U.S. Bureau of Census, *Historical Statistics of the United States, Colonial Times to 1957* (Washington, D.C., 1960), Series R 176, p. 500; Series R 169, p. 500; Series 255, p. 16; Series A 242-44.
U.S. Bureau of Census, *Historical Statistics of the United States, Continuation to 1962 and Revisions* (Washington, D.C., 1965), Series R 170, p. 69.
U.S. Bureau of Census, *Statistical Abstract of the United States* (Washington, D.C., 1973), pp. 53, 503.
U.S. Bureau of Census, *Current Population Reports: Population Characteristics,* Series P 20, no.166 (4 August 1967), p. 4.
1976-1986 figures from the American Newspaper Publishers Association, Washington, D.C.
NOTE: All figures after 1960 include Alaska and Hawaii.

ثقافية مختلفة أدمجت فى ثقافة وحضارة مجموعة معينة من السكان [٤] . وحتى عام ١٨٧٠ ، كانت نسبة ضئيلة من السكان فقط هى التى قبلت هذا الابتكار بالتحديد .

وقد لعبت عدة عوامل مثل : محدودية التعليم والنقل والتسهيلات الطباعية دوراً فى الإبقاء على عدد من تقبلوا هذا الابتكار صغيراً . ورغم ذلك ، فإن فى الفترة من ١٨٨٠ وحتى ١٨٩٠ ، انتشرت الصحيفة بسرعة وسط السكان الأمريكيين لدرجة وصلت إلى مرحلة تشبع جديدة بحلول نهاية القرن التاسع عشر . وقد لعبت بعض العوامل دوراً هاماً فى هذا التغيير المفاجىء مثل تحسن تكنولوجيا الطباعة وتطور النقل وانتشار تعلم القراءة . وبحلول عام ١٩١٠ أى عشية الحرب العالمية الأولى كانت هناك أكثر من صحيفة واحدة لكل أسرة . وهكذا ، ففى العقد الأول من القرن العشرين اقتربت الصحف من ذروتها كمصدر رئيسى للأخبار فى المجتمع الأمريكى .

وقد حدث تباطؤ فى معدلات التوزيع بعد عام ١٩١٠ ثم حققت الصحيفة الأمريكية نقطة عالية بالنسبة للتوزيع فى حوالى عام ١٩٢٠ ، أى فى أعقاب الحرب العالمية الأولى مباشرة . ومنذ ذلك الحين ، عانت هذه الوسيلة الإعلامية من تدهور مستمر وملحوظ تماماً . ولم تفلح حتى التحسينات الجديدة فى تكنولوجيا جمع الأخبار والطباعة والتوزيع ومحو الأمية فى الحد من هذا الاتجاه نحو التدهور . ورغم أن المزيد من الصحف تباع الآن بمعنى مطلق ورغم أن أرباح الصحيفة مازالت مرتفعة إلا أن الصحف لم تستطع مواكبة الزيادة فى عدد الأسر الأمريكية .

والآن . . ما هى أسس هذا التدهور ؟ لقد رأينا من قبل أن هناك نموذجين « المنظور التطورى ونموذج الصراع » بوسعهما تقديم رؤية داخلية لتطور هذه الوسيلة الإعلامية (الصحافة) إلا أن النظرية الملائمة للعلاقة بين المجتمع ووسائل إعلامه يجب أن تكون قادرة على تفسير أسباب الانخفاض فى الإقبال كما تفسر أسباب نمو الوسيلة الإعلامية . من ناحية أخرى ، فإن تحليل الابتكار والإقبال وترسيخ وسيلة ثقافية مثل : الصحيفة والجهاز التنظيمى الذى يصدرها ، سيكون ناقصاً ما لم نضع فى الاعتبار المتغيرات التى يمكن أن تؤدى إلى تدهورها . وفيما يتعلق بالصحيفة ، فإن العوامل التى أدت إلى تدهورها إلى هذا الحد ليس من الصعب معرفتها ، فقد بدأت أشكال أخرى من وسائل الإعلام تلبى احتياجات السكان المشابهة لتلك التى تلبيها الصحيفة ، تظهر فى المجتمع خلال العشرينات من القرن الحالى . وبعد فترة قصيرة أى خلال

الثلاثينيات ، بدأت المجلات الخبرية الأسبوعية فى تحقيق انتشار ملموس . وحتى السينما لعبت دوراً فى هذا المجال . وفى أواخر الأربعينيات ، وبالطبع الخمسينيات أيضاً ، اجتاح التليفزيون المجتمع الأمريكى . وبدرجة أو بأخرى ، التهمت كل من هذه البدائل الوظيفية للصحيفة جزءاً من التوزيع اليومى للصحف . وقد كانت كلها بشكل أو بآخر تقدم الأخبار والموضوعات والتسلية بطريقة كانت ذات يوم حكراً على الصحيفة .

والآن ، ماذا عن مستقبل الصحيفة ؟ لاشك أن الصحيفة سوف تبقى مع بعض الانخفاض الجديد فى نصيبها من السوق . وهناك تغييرات قليلة فى محو الأمية ، أو العوامل الأخرى المرتبطة بالزيادة المحتملة فى عدد القراء من المتوقع حدوثها فى المستقبل القريب . وبالإضافة إلى ذلك ، فإن الأبحاث التى أجريت على الخدمات والإشباعات والرغبات التى تلبيها الصحيفة اليومية لقرائها توضح أنها أصبحت جزءاً من نسيج الحياة اليومية للناس العاديين . فالصحيفة اليومية تقدم خدمات فريدة معينة وتشبع رغبات قرائها . وعندما تغيب الصحيفة عن قارئها فإنه يفتقدها بشدة . ومن الواضح أنها أصبحت تلعب دوراً فى نظام الاتصال المعاصر لا يستطيع أى بديل للصحيفة أن يلعبه على الأقل فى المرحلة الراهنة (*) . وهكذا ، وفى حين تشكل وسائل الإعلام الأحدث ، وربما ما سيأتى مستقبلاً ، تحدياً للصحيفة ، إلا أن الصحيفة مازالت تمثل مؤسسة ثقافية راسخة الجذور كإحدى وسائل الاتصال الرئيسية فى عصرنا .

لقد أوضحت نظرتنا السريعة والموجزة على الصحيفة نموذج تطورها منذ البدايات الأولى وعبر صحافة البنس فى الثلاثينيات من القرن الماضى وحتى السلسلة المعقدة للصحف فى العصر الراهن . ولقد حدث هذا التطور فى الوقت الذى قدم فيه العديد من المخترعين والمبتكرين حلولاً تكنولوجية واجتماعية لمعالجة المشكلات القديمة فى إنتاج وتوزيع الأخبار والأنباء . وهكذا ، أصبحت الصحف أكثر تنوعاً وتميزاً وتخصصاً من حيث الإدارات والأعمدة والموضوعات التى ترضى كل ذوق فى كل منحى من مناحى الحياة . وفى نفس الوقت ، اتضح تأثير الصراع الاجتماعى فى تاريخ الصحافة المعلن . وقد بدأ الصراع بين السلطات والطباعين مبكراً وحدد ملامح الخلفية التاريخية التى أنجبت الآباء المؤسسين وجعلتهم يقدمون التعديل الأول فى الدستور . واستمر الصراع بين الصحافة والحكومة لتحديد طبيعة ومصير الصحيفة فى الوقت الذى حسم فيه

التعديل الأول ودور المحاكم العملية الجدلية التى دارت بين أصحاب النفوذ والسلطة الرابعة . وبنفس الطريقة ، أثمرت المنافسة الحادة بين الصحف أشكالاً مثل « الصحافة الصفراء » ، ثم قوانين الممارسة الصحفية التى تحكم النشر فى الولايات المتحدة . وفى النهاية ، غيرت المنافسة والصراع ، بين الصحف ووسائل الإعلام الأحدث ، من استخدام الرأى العام للصحيفة وبالتالى من موقعها فى نظام الإعلام الأمريكى .

الهوامش

1. Eric Barnouw, *Mass Communication* (New York: Holt, Rinehart, and Winston, 1956), p. 7.
2. For an excellent summary of functions of mass communication today, including "surveillance," see Charles R. Wright, *Mass Communication: A Sociological Perspective* (New York: Random House, 1959), pp. 17–23.
3. Edwin Emery and H. L. Smith, *The Press and America* (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1954), pp. 415–16.
4. See, for example, H. Earl Pemberton, "The Curve of Culture Diffusion Rate," *American Sociological Review* 1, no. 4 (August 1936): 547–56; Stuart C. Dodd, "Diffusion Is Predictable: Testing Probability Models for Laws of Interaction," *American Sociological Review* 20, no. 4 (August 1955): 392–401; Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovations* (New York: Free Press of Glencoe, 1962), pp. 152–59.
5. The following two research studies bear directly on this point: Bernard Berelson, "What Missing the Newspaper Means," in *Communication Research, 1948–1949*, ed. P. F. Lazarsfeld and F. N. Stanton (New York: Harper & Brothers, 1949), pp. 111–29; Penn Kimball, "People Without Papers," *Public Opinion Quarterly* 23, no. 3 (Fall 1959): 389–98.

الفصل ٣

تطور السينما

يمكن فهم تطور السينما ، كما كان الحال مع الصحيفة ، فى إطار النموذج التطورى ونموذج الصراع معاً . وقد حدثت عملية التراكم الحضارى التى أفرزت تكنولوجيا السينما ، بشكل رئيسى فى صورة تراكم تدريجى للمنجزات العلمية فى العديد من المجالات التى تبدو بعيدة كل البعد عن هذا المجال . وقد تجمعت هذه التكنولوجيا معاً فى نهاية الأمر فى صورة وسائل قادرة على خلق وهم الحركة المستمرة من خلال سلسلة من الظلال التى يتم عرضها على شاشة . وقد كانت هناك أيضاً عملية تطور اجتماعى ، حيث تطورت صناعة السينما منذ بداياتها الأولى فى الحانات الوضيعة والعروض اللاأخلاقية ، لتصبح نظاماً اقتصادياً ضخماً ومحترماً ومعقداً ، لإنتاج وتوزيع وعرض الأفلام السينمائية كوسيلة من وسائل الترفيه والتسلية العامة .

وطوال هذه المسيرة كان الصراع جزءاً من العملية التطورية ، فقد حدثت صراعات كبرى ليس فقط بين مختلف المصالح التى كانت تحاول تملك هذه الوسيلة الجديدة والسيطرة عليها ، بل أيضاً بين الأغلبية الأخلاقية فى المجتمع وهؤلاء الذين كانوا يسعون لتحقيق المزيد من الأرباح من خلال اللجوء لوسائل إشباع أقل نبلاً وأخلاقاً عند إعداد مضمون الفيلم السينمائى . وقد لعبت مثل هذه الصراعات دوراً أساسياً فى تحديد شكل

وطبيعة السينما فى أمريكا .

إن الجذور التاريخية للسينما تضرب فى أعماق الزمن حتى البدايات الأولى للعلم . وكان أبرز من ساهموا فى التكنولوجيا الأساسية التى قامت عليها السينما إلى حد بعيد أولئك الأفراد الذين توصلوا لاكتشافاتهم أو طوروا أجهزتهم فى أثناء بحثهم عن حلول لمشكلات معينة لا توجد علاقة مباشرة بينها . وبالطبع ، كانت هناك استثناءات . ولكن ، بوجه عام ، لم يكن اهتمام الأشخاص الذين أصبحوا مؤسسى السينما يتركز على تطوير وسيلة جديدة لتسلية الناس ، بل كانوا أكثر اهتماماً باكتشاف أشياء أخرى مثل القواعد الفيزيائية لانكسار الضوء والأسس العصبية للرؤية لدى الإنسان أو الطريقة التى يتم بها رؤية أو إدراك وهم الحركة . ورغم ذلك ، فخلال التاريخ الطويل للاختراع والتطور ، كانت هناك مؤشرات على وجود اهتمام عام كبير متوقع بوسيلة تسلية تقوم على أساس عرض صور الظلال . وقد انبهر أصدقاء المخترعين ، من غير العلماء ، بالوسائل والمؤثرات الغريبة التى ينتجها هؤلاء المخترعون .

ويوسعنا المقارنة بين تطور السينما كما حدث فى الإطار التقليدى للعلم من ناحية ، وبين تطور الصحيفة الذى تناولناه بالشرح بشكل موجز فى الفصل السابق من ناحية أخرى . وقد رأينا أن تاريخ الصحافة الجماهيرية كان مرتبطاً بشدة بالتطورات الهامة داخل المؤسسات الاقتصادية والسياسية فى المجتمع الغربى . وقد كانت النزعة التجارية للربح والمشاركة السياسية من أهم الخصائص التى ارتبطت بالأشكال الأولى للصحف وأيضاً بالأشكال الأكثر نضجاً من الصحافة . وعندما تم التوصل إلى هيكل مالى صالح للتطبيق والاستمرار بالنسبة للصحيفة ، كان هذا الهيكل يستند بقوة على الإعلان التجارى . ورغم أن الصحيفة أعادت تحديد علاقتها بالشئون السياسية أكثر من مرة ، إلا أنها ظلت تعتبر الأنشطة السياسية إحدى مناطق مسئوليتها الرئيسية ، على الأقل بالنسبة للنشر والتحرير ، إن لم يكن كذلك بالنسبة للتوجيه والإرشاد .

ومن ناحية أخرى ، فإن السينما لم تكن مرتبطة على الإطلاق بتقديم مضمون الإعلان التجارى بمعناه المباشر إلا بشكل هامشى . ورغم أن السينما تتناول الأفكار السياسية والاجتماعية الهامة بين الحين والحين ، إلا أنها لم تستخدم أو تستغل ، فى المجتمع الأمريكى على الأقل ، للترويج الصريح والمباشر للأيديولوجيات السياسية . إن الفهم الكامل لأثر المجتمع على وسائل اتصاله يتطلب أن نفهم السبب الذى من أجله

أصبحت السينما ، فى الولايات المتحدة ، وسيلة اتصال كبرى مكرسة أساساً للترفيه وليس للتثقيف والتنوير أو محاولة الإقناع بمعتقدات معينة . كما يتطلب هذا الفهم معرفة السبب الذى من أجله أصبح ثمن تذاكر دخول السينما هو أهم مصادر تمويلها وليست الإعلانات أو الدعم الحكومى . وهذه المناقشة لا يمكن أن تقدم إجابات كاملة على هذه الأسئلة ، ولكنها يمكن أن توضح ـ داخل الإطار الأمريكى ـ كيف لعبت القوى السياسية والاجتماعية والاقتصادية دوراً فى تشكيل السينما كنظام للاتصال أو وسيلة إعلام . والتحليلات المقارنة للمجتمعات الأخرى ، التى انتهجت نماذج مختلفة من حيث هيكل المؤسسة السياسية وفعالية النظام الاقتصادى ، قد توضح لماذا يختلف شكل ومضمون نظام السينما من بلد لآخر .

تطور التكنولوجيا

إن التاريخ المبكر للسينما هو ، بدقة أكبر ، قصة تطورات مرتبطة بثلاث مشكلات علمية وتقنية كان يتعين حلها حتى قبل أن يتخيل أحد اختراع آلة العرض السينمائى . وقد كانت البداية هى التمكن من مبادىء عرض صور الظلال ، والثانية هى الحصول على حركة مستمرة من العرض السريع للصور والرسومات ، والثالثة كانت هى التصوير نفسه . ونحن نحتاج للنظر فى هذه المشكلات الثلاث وأيضاً فى بعض الوسائل التقنية التى أدت فى النهاية إلى حلها . إن قصة هذه الوسائل والحلول لا يمكن فصلها عن البشر الذين توصلوا إليها كما أن منجزات هؤلاء الأشخاص مرتبطة تماماً بالإطار الاجتماعى والثقافى الذى حققوا نجاحاتهم فيه .

العرض وكاميرا الظلام

كانت أولى المشكلات الكبرى هى تطوير وسائل لإظهار وعرض صور الظلال باستخدام البروجكتور projector وهو جهاز لتسليط الضوء والصور على الشاشة البيضاء حيث يمر الضوء عبر فتحة فتظهر الصورة على شاشة عاكسة فى غرفة مظلمة . ومن الواضح أن

قائمة العناصر التى تشكل هذا النظام ممتدة وطويلة . لكن أساس نظام جهاز عرض الصور أو « البروجكتور » يقوم على بعض الفهم لمبادىء علم البصريات . وهناك أيضاً استخدام المرايا والعدسات بما فى ذلك المرايا المقعرة التى تقوم بتركيز الضوء الصادر من مصدر إضاءة صناعى ، لكى يمر من خلال عدسة بالتركيز الملائم . وربما كانت العدسة هى أقدم الأدوات التى استخدمت لهذا الغرض . وهناك سجلات لا بأس بها مازالت موجودة وتشير إلى أن العلماء فى عصر الإغريق قد عرفوا « الزجاج الحارق » [١] . وعلى سبيل المثال ، حاول أرشميدس ، الذى ولد عام ٢٨٧ قبل الميلاد ، أن يشيد عدسة ضخمة بهدف أن تكون لديها القدرة على إشعال النار فى سفينة على مسافة بعيدة من خلال تركيز أشعة الشمس عليها . وهناك جدل حول ما إذا كان هذا الهدف قد تحقق أم لا ولكن المبدأ الأساسى كان مفهوماً ومعروفاً . ولقد حدث المزيد من التقدم فى علم البصريات من خلال أعمال الفيلسوف والعالم العربى الحسن بن الهيثم ، الذى ولد عام ٩٦٥ بعد الميلاد ، والذى توصل إلى بعض التفسيرات الأولى لانكسار الضوء وانعكاسه بالمرايا والعدسات . ولقد كان إيقاع الابتكار والتراكم الحضارى بطيئاً بدرجة مؤلمة خلال هذه المرحلة الأولى . وحتى عصر روجر بيكون ، الذى ولد عام ١٢١٤ ، لم يحقق الفلاسفة والعلماء أكثر من اكتشاف الطرق المختلفة لاستعمال المرايا فى أجهزة مثل « البيرسكوب » ، أو منظار الأفق الذى يستخدم فى الغواصات والمتاريس من أجل عكس الصور بطريقة كانت مبهرة بالنسبة لعامة الناس فى ذلك العصر .

وتعد كاميرا الغرفة المظلمة "Camera obscura" من أهم عناصر هذه المرحلة المبكرة من الاختراع والاكتشاف . وفكرتها الأساسية هى نفس فكرة الكاميرا المعروفة باسم « الخزانة ذات الثقب » "pinhole camera" والتى يمكن من خلالها رؤية صورة ضعيفة مقلوبة ومعكوسة لمنظر خارجى على حائط مواجه لفتحة صغيرة فى غرفة مستطيلة الشكل لا يدخلها الضوء [٢] . ولاشك أن هذه الظاهرة قد لوحظت فى مرحلة مبكرة للغاية من الخبرة الإنسانية ، ولكن مبادىء عملها لم يتم بحثها بشكل منتظم حتى عصر ليوناردو دافنشى ، الذى ولد عام ١٤٥٢ [٣] . كان ليوناردو يعمل فى غرفة صغيرة معزولة تماماً عن الضوء وكانت أشعة الضوء القادمة من منظر خارجى يسمح لها بالدخول عن طريق فتحة فى حجم القلم الرصاص . وكان من الممكن التعرف على الصورة المتكونة فوق الجدار المقابل بوضوح وتمثل المنظر الخارجى بالألوان رغم أنها كانت ضعيفة ومشوشة

فى بعض الأحيان . ومع تكبير حجم الفتحة وإضافة عدسة ملائمة لتركيز أشعة الضوء ومرآة لعكس الصورة ، أصبحت كاميرا الغرفة المظلمة أداة مفيدة بالنسبة للفنانين المهتمين بمشكلات الرسم المنظورى perspective واللون عند رسم المناظر الطبيعية . وقد جذبت هذه الكاميرا أنظار عدد من العلماء والفنانين واستخدمت لمراقبة كسوف الشمس كما منعت الضرر الذى كان يصيب العيون بسبب مراقبة هذه الظاهرة مباشرة رغم استخدام نظارات غامقة .

وقد وقعت هذه الكاميرا فى أيدى السحرة والدجالين والمشعوذين وغيرهم من الذين استغلوا جهل الناس فى ذلك العصر ، وزعموا أنهم يتمتعون بقدرات سحرية على أساس التأثيرات التى كان بوسعهم تحقيقها . وكان العلماء وأصحاب التجارب العلمية يشعرون بضيق مستمر من مشكلة الربط بين السحر والشعوذة وبين أعمالهم العلمية . ولقد بذلت محاولات بين وقت وآخر لإعلان أسرار هذه العجائب بهدف دحض مثل هذه الاتهامات . حدث ذلك بالفعل ليس فقط بالنسبة لعلم البصريات ولكن أيضاً بالنسبة لجميع فروع العلم الأخرى . وكان من أشد المحاولات المبكرة تشويقاً لإعلان أسرار العلوم بين الناس ذلك الكتاب الذى وضعه جيامباتيستا دى لا بورتا أو جيوفانى باتيستا دى لا بورتا ، الذى ولد فى حوالى عام ١٥٣٥ . وفى الفصل السابع عشر من كتابه الشهير « السحر الطبيعى » natural magic الذى ترجم ونشر فى انجلترا عام ١٦٥٨ ، تناول دى لا بورتا مسألة « الزجاجات الغريبة » العدسات والمرايا [٤] . وبعد مناقشة تقنيات كاميرا الغرفة المظلمة ، استطرد إلى وصف كيفية استخدامها لتقديم المسرحيات ووسائل التسلية الأخرى فيقول :

كيف يمكن أن تشاهد فى غرفة مظلمة الصيد ومعارك الأعداء وغيرها من الخيالات .

. . . لا شىء يمكن أن يكون أكثر إثارة للسرور لدى عظماء الرجال والعلماء والمبدعين عند مشاهدته . إن المرء قد يرى بوضوح وسهولة ، كما لو كان ما يشاهده يحدث حقيقة أمام عينيه ، أشياء مثل : الصيد والمآدب وجيوش الأعداء والمسرحيات وكل الأشياء الأخرى التى يرغب فى مشاهدتها . فلتكن فى مواجهة هذه الغرفة حيث ترغب فى تمثل تلك الأشياء بعض السهول الرحبة حيث تستطيع الشمس أن تشع بحرية ودون قيود . وهناك يمكنك أن تضع الأشجار فى نظام بديع وأيضاً الغابات والجبال والأنهار وغيرها . .

ويمكنك أيضاً أن تضع الأطفال الصغار داخل هذا الإطار حيث اعتدنا تواجدهم عند تمثيل الكوميديات . وهناك أيضاً بوسعك أن ترى الأيائل والدببة ووحيد القرن والفيلة والأسود وغيرها من المخلوقات التى تسرك رؤيتها حيث تظهر وكأنها خارجة من أوكارها ومكامنها إلى السهول ، ثم يأتى الصياد بفأسه وشباكه وسهامه وغير ذلك من الضروريات التى يحتاجها للصيد . ومع كل ذلك ، تتردد أصوات الأبواق وغيرها من الأدوات الموسيقية . وهؤلاء الموجودون فى الغرفة سيشاهدون الأشجار والحيوانات ووجوه الصيادين وكل شىء آخر بمنتهى الوضوح وبدرجة تجعلهم لا يعرفون ما إذا كان ذلك حقيقة أم خيالاً ، فالسيوف سوف تومض بشكل قد يدفع بالخوف إلى قلوب المشاهدين ولقد سردت هذه المشاهد على أصدقائى الذين أعجبوا بها كثيراً وسعدوا برؤية مثل هذه الخدع (٥) .

ومع أن ديلا بورتا كان عالماً ، إلا أنه كان من الواضح أن لديه أيضاً اهتماماً كبيراً باستخدام مختلف الوسائل والتأثيرات لإثارة دهشة أصدقائه . وكانت الصور المتحركة فى الغرفة المظلمة مصدراً للسرور والتسلية بالنسبة لأثرياء ووجهاء أوروبا فى وقت لاحق . وفى خلال مسيرة التطور التاريخى للوسائل التكنولوجية التى كانت من المتطلبات الأساسية للسينما الحديثة ، يمكننا رؤية الانبهار والرهبة اللذين نظر بهما غير العلماء إلى الصورة المعروضة .

كانت كاميرا الغرفة المظلمة تنتج ، بالطبع ، صورتها من خلال الضوء المنعكس من أشياء فى ضوء الشمس الساطع . ولقد حدثت خطوة هامة إلى حد ما باستخدام الضوء الصناعى بدلاً من الشمس وتمرير هذا الضوء عبر وسط شفاف بدلاً من الاعتماد على الضوء المعكوس ، وبفضل أثاناسيوس كيرشر (الذى ولد عام ١٦٠١) ظهر إلى الوجود جهاز العرض أو البروجكتور المضىء الذى يمكنه تسليط الصور على الشاشة باستخدام نفس المبادىء التى يعمل بها جهاز البروجكتور العصرى الذى يعرض الشرائح الفيلمية (٦) . كان كيرشر يسوعياً ألمانياً أتاحت له اكتشافاته العلمية مكاناً فى الكلية الرومانية Collegio Romano ، وهناك وبتشجيع من البابا أوربان الثامن وغيره من المسئولين بالسلطات الكنسية تمكن كيرشر من مواصلة أبحاثه الرياضية والعلمية ، ونجح فى تقديم جهاز العرض « البروجكتور » الذى توصل إليه أمام جمع من الشخصيات البارزة التى شاهدت الصور الباهتة الناتجة عن استخدام شرائح شفافة مرسومة باليد .

وقد أصبح كيرشر هدفاً لاتهامات كريهة وشائعات بسبب اختراعه هذا . وقد اتهم بالتحالف مع الشيطان والسحر الأسود وتحضير الأرواح . وكان السبب فى ذلك هو إما عدم فهم الكثيرين للمبادىء التى تؤدى لظهور تلك الصور التى تشبه الأشباح على شاشة العرض ، أو تعمد إساءة الفهم من جانب أعداء كيرشر حتى بين أفراد الطبقة الأكثر تعلماً فى ذلك الحين .

وقد استمر كيرشر فى تطوير جهازه حيث كان لديه ولع بالأشياء الدراماتيكية . وقام بترتيب السبل التى يمكن من خلالها سرد القصص فى أثناء عرض الشرائح بالبروجكتور . وقد أضاف عدد من المخترعين بعد ذلك تعديلات وتنقيحات إلى المصباح السحرى "The magic lantern" ، وواصل آخرون استغلال استخدامه كوسيلة للتسلية . وهكذا ، أمكن حل أول مشكلة فنية أساسية بالنسبة للسينما تماماً فى حوالى عام ١٦٤٥ .

وهم الحركة المستمرة

كانت ثانى مشكلة كبرى تتطلب الحل هى اكتشاف وسيلة يمكن للإنسان بها الإحساس بوهم الحركة المستمرة . وعلى عكس مشكلة البروجكتور ، كانت هذه المشكلة الثانية تتعلق بعدد أكبر نسبياً من العناصر . كان لابد من التوصل إلى اكتشافات معقدة فى نظرية الرؤية والإدراك البصرى الإنسانى . وكانت المشكلة بالضرورة هى اكتشاف كيفية عرض سلسلة من الرسومات أو غيرها من الأشكال بسرعة أمام العين البشرية بحيث تؤدى الصورة التالية after images ، التى تظل بعد اختفاء الصورة الأصلية ، والخداع البصرى visual lag الذى يحدث خلال عمليات الإدراك العصبى ، إلى إظهار الصور المتتالية وكأنها صورة واحدة تتحرك بنعومة .

وفى بدايات القرن التاسع عشر ، كان الأطفال فى لندن وباريس يلعبون بأداة أطلقوا عليها اسم صانع المعجزات Thaumatrope ، وكانت عبارة عن قرص صغير قطره مثل فنجان الشاى وموضوع على عامود ، وقد وضعت صورة على واجهته وأخرى على الناحية المقابلة . وبإدارة هذه اللعبة بمساعدة أحبال أو خيوط قصيرة كان يمكن للمرء خلق صور مختلفة . وقد أعدت أشكال عديدة من هذه اللعبة بصور مسلية بطريقة

أو أخرى . ولقد ثار بعض الجدل حول أصل هذه اللعبة ، ولكنها نسبت بوجه عام إلى أحد أطباء مدينة لندن وهو جون باريس الذى ولد عام ١٧٨٥ كما وصف هذه اللعبة وناقشها فى أحد أعماله العلمية ديفيد بريوستر الذى درس استقطاب الضوء والذى اخترع المشكال Kaleidoscope ، والواقع أن هذه اللعبة عبارة عن أداة تحتوى على قطع متحركة من الزجاج الملون التى ما إن تتغير أوضاعها حتى تعكس مجموعة لا نهاية لها من الأشكال الهندسية المختلفة الألوان . ولعبة التاوماتروب ليست مهمة فى حد ذاتها ، ولكنها تعتمد على ظاهرة الخداع البصرى . وهى تشير إلى أن وهم الحركة يمكن الحصول عليه بالعرض السريع والمتتالى للصور ذات التغييرات الطفيفة .

وقد كان العالم البلجيكى جوزيف بلاتو الذى ولد فى عام ١٨٠١ هو أحد الدارسين العظام لما يسمى بالخداع البصرى[٧] . فقد اهتم فى بداية حياته العملية بمختلف نواحى الرؤية وخاصة الطريقة التى يرى بها الإنسان الحركة واللون . وربما كان جوزيف بلاتو يستحق لقب « أبو السينما » .

وقد لخصت رسالة الدكتوراة التى تقدم بها بلاتو لجامعة « لييج » وحددت مشكلات الرؤية التى يجب وضعها فى الاعتبار لتحقيق وهم الحركة لدى الإنسان المتفرج فى :
أولاً : إن كل شكل أو رسم أو صورة يتم عرضها بتسلسل سريع يجب أن تبقى ساكنة دون حركة لفترة قصيرة من الوقت ، ولكنها كافية لكى تلتقطها بوضوح عملية الإدراك العصبى ، فالعين لا تعمل فوراً بشكل مطلق بل تحتاج لفترة معينة من الوقت يعرض خلالها منظر ما عليها لكى تسجل انطباعاً عنه هو الرؤية . ومن المعروف أن حرف ريشة المروحة التى تدور بسرعة لا يظهر بسبب هذه الخاصية من خصائص العين البشرية .
والنقطة الثانية : هى عامل متعلق بالزمن أو الوقت أيضاً ، فالانطباع الذى يتم تسجيله خلال ميكانيزم الإدراك العصبى للرؤية لا يتوقف فى اللحظة الفورية التى يختفى فيها المؤثر الخارجى نفسه . وهناك فترة فاصلة هامة Lag يبقى خلالها الانطباع أو التأثير وهى فترة قصيرة . وأبسط برهان على هذا المبدأ يمكن الحصول عليه عن طريق أداة إطلاق الشرر sparkler التى يستخدمها الأطفال فى الاحتفالات كإحدى وسائل الألعاب النارية . وإذا تم تحريك هذه الأداة فى الظلام بسرعة فى شكل رقم (8) ، فإننا نشاهد هذا الرقم كاملاً مضيئاً وليس فى صورة عدة نقاط من الضوء تتحرك بسرعة . وهذا هو المقصود بالفترة الفاصلة أو استمرار التأثير البصرى بعد زوال المؤثر .

ومع وجود هذه المبادىء فى ذهنه ، توصل بلاتو إلى جهاز أكثر تعقيداً استخدم فيه الأحزمة وأذرع الإدارة والبكرات والأقراص والمصاريع التى تفتح وتغلق أمام عدسة الكاميرا لإدخال الضوء أو منعه . وكان هدف بلاتو من هذا الجهاز هو خلق وهم بسيط بالحركة يقوم على أساس العرض السريع المتوالى للرسم أو الصورة . وقد طور بلاتو هذا الجهاز إلى قرص كبير يتم ترتيب سلسلة من الصور حول محيطه بحيث تكون كل صورة منها مختلفة اختلافاً طفيفاً عن الصورة التى قبلها ، وبحيث يبدو الرسم الأساسى فى الصورة وكأنه يتقدم أو يتغير بالتدريج إلى وضع مختلف من صورة لأخرى . وعندما تعرض هذه الصور بطريقة ملائمة فإنها تعطى وهم الحركة . وقد أطلق على هذا الجهاز اسم Phenakistiscope أو Fantascope ، وقد كان أول جهاز حقيقى للعرض السينمائى . وهكذا ، تم اختراع نظام يقوم على مبادىء الرؤية المعروفة ليتيح للمشاهد الإحساس بوهم الحركة الناعمة والمستمرة من خلال العرض المتوالى للصور . وقد واصل البروفيسور « بلاتو » أبحاثه حول مبادىء الرؤية لدرجة أنه أجرى تجارب على نفسه لاختبار تأثير استمرار التحديق فى أقوى ضوء ممكن بالنسبة له ــ وهو الشمس ــ لفترة طويلة ، ونتيجة لهذه التجارب أصيب بفقدان البصر الدائم والمأساوى . وكان يتعين إكمال الكثير من عمله الهام بعد إصابته بالعمى . وإنها لمفارقة أو سخرية ــ أن يقوم عالم أعمى بإرساء مبادىء رؤية السينما أو الصور المتحركة ــ لا توازيها سوى مأساة بيتهوفن ، الموسيقار الأصم الذى ألف بعض أعظم أعمال الموسيقى السيمفونية فى العالم بعد أن فقد تماماً القدرة على السمع . ومن المعروف مأساة توماس إديسون الذى اخترع الفونوجراف وهو مصاب بالصمم . لقد دفع جوزيف بلاتو بالتقدم التكنولوجى فى السينما خطوة عملاقة إلى الأمام نحو اليوم الذى ستصبحُ فيه السينما أحد أشكال الترفيه الجماهيرى .

التقاط صورة كاميرا الغرفة المظلمة

لم يتبق سوى التغلب على المشكلة الأخيرة من المشكلات التكنولوجية الثلاث المطلوب حلها قبل أن يمكن استخدام السينما كشكل أو وسيلة من وسائل الإعلام . وقد ظلت تكنولوجيا التصوير بوجه عام ، والتقاط صور سريعة ومتتالية للأشياء المتحركة بوجه

خاص ، شرطاً أساسياً لا غنى عنه بالنسبة للسينما .

إن الجهد العلمى المضنى للوصول إلى عملية تصوير فعالة وممكنة ، يمثل فى حد ذاته قصة مليئة بالصعوبات الهائلة والتعقيدات الكبرى والإبهار الشديد . وقد اعتمد هذا الجهد على التطورات فى علم الكيمياء ، وبشكل خاص فى ذلك الجزء المرتبط بالتغيرات الكيمائية فى المواد والتى تحدث بفعل الضوء . وقد اعتمد تطور التصوير أيضاً على كاميرا الغرفة المظلمة التى كانت موجودة بالفعل . وعندما تم تقليل حجم هذه الكاميرا وتزويدها بعدسة وسطح عاكس متحرك مغطى بطبقة رقيقة من مادة كيماوية حساسة ، أصبحت هى الكاميرا التى نلتقط بها اليوم الصور المقلوبة للمناظر المعكوسة بداخلها . وعندما نفعل ذلك ، فإننا فى واقع الأمر نستخدم نفس المبادىء التى كانت معروفة فى عصر دافنشى .

وهكذا ، فإن المشكلة لم تكن هى الكاميرا ذاتها بل الفيلم ، واختيار العمليات الكيمائية والأساليب التقنية التى يمكن استخدامها من أجل تثبيت الصورة أو طبعها . وحتى بالنسبة لهذه النقطة ، فقد كانت المعرفة على درجة كبيرة من التقدم فى بداية القرن التاسع عشر . وفى بداية القرن الثامن عشر ، أثبتت التجارب أن هناك مركبات كيمائية خاصة مثل مختلف أملاح الفضة تتغير بسرعة إذا تعرضت للضوء . وقد أتاحت هذه الحقيقة توقع إمكانية الحصول على صورة ثابتة من كاميرا الغرفة المظلمة . ورغم ذلك ، فلم يتم التوصل إلى الأساليب الميكانيكية والكيمائية لإعداد وتطوير وتثبيت صورة حقيقية من هذه الكاميرا إلا فى العقد الثالث من القرن التاسع عشر .

التصوير بالألواح المغطاة بالفضة (طريقة داجير) The Daguerreotype . وقد تم التوصل إلى حلول لهذه المشكلة فى الواقع على أيدى ثلاثة أشخاص على الأقل . وقد عمل كل واحد من هؤلاء الثلاثة دون معرفة بالاثنين الآخرين ، واستخدم كل منهم أسلوباً مختلفاً وأعلنوا اكتشافاتهم فى نفس الوقت تقريباً (بين شهرى يناير ومارس ١٨٣٩) . وهؤلاء الثلاثة هم لويس داجير فى فرنسا ووليام تالبوت فى انجلترا وجون هيرشيل فى انجلترا أيضاً . وقد نجحوا جميعاً فى إنتاج صور استناداً إلى نفس المبادىء الكيمائية العامة ولكن بأساليب ميكانيكية مختلفة إلى حد ما [٨] . وقد أنتجت طريقة داجير صورة حادة ذات تفاصيل واضحة تماماً على لوح مصقول من النحاس المغطى

بطبقة من معدن الفضة والذى تم تعريضه لأبخرة اليود بهدف تكوين مادة يوديد الفضة silver iodid . وعندما يسقط الضوء على هذا اللوح عند وضعه بالشكل الصحيح فى الكاميرا ، فإنه يؤدى إلى حدوث تغييرات كبيرة فى يوديد الفضة خاصة ، حيث يسقط الضوء القوى بينها تظل الأجزاء التى تعرضت لضوء أقل كثافة دون أن تتأثر نسبياً . وتسمى طريقة التصوير هذه بالتصوير « الداجيرى » نسبة إلى مكتشفها لويس داجير ، والصورة الناتجة فى هذه الحالة تكون ممتازة وتتميز بالحدة والوضوح . وفى هذه الطريقة ، لا تكون هناك صورة سلبية « نيجاتيف » . ولكن هناك صورة واحدة فقط يتم الحصول عليها فى كل مرة . أما بالنسبة للعالمين الآخرين ، تالبوت وهيرشيل ، فقد استخدما أوراقاً تمت معالجتها بمواد كيماوية حساسة للضوء . وتؤدى هذه الطريقة إلى الحصول على نيجاتيف ، أو صورة سلبية ؛ ولذلك كان من الضرورى طبع صورة إيجابية « بوزيتيف » . ورغم أن هذه الطريقة الأخيرة أثبتت بمرور الوقت أنها الأفضل بكثير إلا أنها ، بشكلها القديم ، كانت غير دقيقة ، ومزعجة ، ولا يعتمد عليها . والأكثر من ذلك ، فإن الصور الناشئة على ورق ذلك العصر ، كانت تفتقد حدة الصورة التى يتم الحصول عليها بطريقة داجير . ولهذا ، حقق التصوير « الداجيرى » نجاحاً فورياً وأصبح اسم لويس داجير مشهوراً ، وقد كان التصوير بهذه الطريقة إنجازاً لا يصدق فى عالم لم يكن قد عرف التصوير بعد . ومثل هذه الصور كانت ، عندما تنتج بدقة وعناية ، تماثل أفضل وأروع الصور فى العصر الراهن . ولقد أضفى عليها استخدام لوح من المعدن المصقول بريقاً عظيماً وحدة رائعة . وكانت الحبيبات التى نراها فى صور اليوم أقل فى صور داجير التى كانت توضح تفاصيل أكثر من أفضل أنواع الورق المستخدم لطبع الصور فى الوقت الراهن . ومما يشير إلى دهشة العالم وسروره بهذا الإنجاز العلمى ذلك النص الذى كتبه محرر بإحدى المجلات الأمريكية واسعة الانتشار عام ١٨٣٩ بعد مشاهدته لنماذج من الصور التى التقطت بطريقة داجير . فقد كتب يقول :

> لقد شاهدنا الصور التى التقطت فى باريس بطريقة التصوير الداجيرى ، ونقر دون أى تردد أنها أفضل أشكال الفنون الجديدة بالتقدير والإعجاب التى شاهدناها على الإطلاق ، فكمالها الفاتن يتجاوز حدود التصديق الواقعى . فلنحاول أن ننقل للقارىء انطباعاً عن شخصيتها . وليتصور القارىء نفسه واقفاً وسط شارع برودواى وبيده مرآة يمسكها فى يده بشكل عمودى ، وتنعكس على زجاجها صورة الشارع بكل ما فيه لمسافة

ميلين أو ثلاثـة أميال ، وفى وقت يخيم فيه الضبـاب . وليأخذ القارىء المرآة بعد ذلك إلى منزله ليجد أن صورة الشارع بكل تفاصيلها مازالت عليها بأضوائها وظلالها ، وهذا هو التصوير « الداجيرى »[1] .

ولقـد قوبلت طريقـة داجـير للتصـوير بحماس فورى منقـطع النظير . وسرعان ما أدخلت عليهـا تحسينـات فى التكنيك حتى يصبـح من الممكن التقـاط الصـور فى الصـالونات والأماكن الداخلية . وقد استخدمت دعامات رأس قوية من الحديد لمنع الأشخاص من الحركة أثناء التصوير ، وكان الضوء ينعكس من فتحات فى السقف . وقـد التقـطت أول صور بطريقة داجير فى الولايات المتحدة عام ١٨٣٩ ، وهو نفس العام الذى أعلن فيه مولد هذه الطريقة فى باريس . وكان صمويل مورس من أوائل المتحمسين لها . ورغم أن اسم مورس قد ارتبط أساساً بالتلغراف إلا أنه كان بالفعل رساماً تصويرياً متميزاً . وكان أيضاً أستاذاً لفن التصميم بجامعة مدينة نيويورك . وقد ارتبط التصوير الداجيرى بشكل وثيق بكلا المجالين اللذين تركز عليهما اهتمام مورس . وقـام مورس بزيارة داجـير فى فرنسـا عام ١٨٣٩ وأصبـح هو نفسـه مصوراً يستخدم التصوير الداجيرى فى نيويورك . ويقال أن مورس كان يكسب عيشه بالتقاط الصور وتـدريب الـطلاب على التصـوير ، وذلك خلال المرحلة التى كان ينتظر فيها اعتراف الحكومة الأمريكية باختراعه الشهير ــ التلغراف ــ وتمويلها المالى لهذا الاختـراع .

الطلب على الصور . حقق التصوير رواجاً فورياً وأصبح الطلب على الصور أضخم من أن يتم إشباعه تقريباً . وفى هذا المجال ، ظهرت مهنة جديدة تتطلب فترة تدريب فنية قصيرة نسبياً ونفقات قليلة لشراء المعدات بحيث يمكن اعتبارها مشروعاً ناجحاً من الناحية المالية . كانت فترة الأربعينيات من القرن الماضى مرحلة كساد وركود اقتصادى فى الـولايات المتحدة . وكان عدد من المستثمرين ورجال الأعمال الشبان يبحثون عن فرصة للدخول فى مشروع يتيح لهم الكسب دون الحاجة إلى استثمار رأس مال ضخم ، أو ضرورة الحصـول على دراسـة جامعية وتـدريب مهنى لفترة طويلة . وكانت وظيفة المصـور بالطريقة « الداجيرية » ملائمة لهذه المطالب . وقد كانت هناك قرى وبلدان ومـدن فى جميع أنحـاء الجزء الذى تم استيطانه بالولايات المتحدة ولم تكن هذه المناطق قد

عرفت الطريقة الجديدة . لم تكن نفقات التقاط صورة للشخص ـ خاصة من الحجم الصغير ـ غالية بالشكل الذى يحول دون ذلك . وكانت الأسرة العادية أو المتوسطة تستطيع أن تتحمل هذه النفقات بسهولة . وكانت معدات التصوير يتم تحميلها على العربات والقوارب والعربات التى تجرها الثيران والبغال . وقد انتشر فن التصوير فى جميع أنحاء البلاد . وتم إنشاء صالونات أو ستديوهات للتصوير بطريقة داجير فى جميع المدن الكبرى ، وازدهر العمل فى مجال التصوير بشكل مطرد . وقد تباينت نوعية العمل إلى حد كبير ، فالمصور المتجول صاحب المهارة المحدودة والذى تلقى تدريباً بسيطاً تحول إلى صاحب مهنة رهيبة ، فلم يعط اهتماماً لا بالأوضاع الرشيقة للشخص المراد تصويره ، ولا بالدقة الفنية فى إنتاج الألواح . وقد جمع البعض بين مهنة المصور ومهن أخرى مثل الحداد والإسكافى والساعاتى وطبيب الأسنان . وكان يمكن للمرء أن يصلح حذاءه ، وينظف ساعته ويزيتها ، ويخلع ضرسه ويركب حدوة لحصانه ، ويلتقط صورة لنفسه فى مشوار واحد وفى بيعة واحدة [١٠] .

وعلى الناحية الأخرى ، كانت هناك الصالونات الفاخرة الجميلة التى تطورت فى المراكز السكانية الرئيسية . وقد حقق ماثيو برادى شهرة عالمية كمصور فنان ومبدع فى واشنطن العاصمة قبل فترة طويلة من اندلاع الحرب الأهلية [١١] . وبين هذين النقيضين كانت هناك مؤسسات كبيرة وصغيرة تنتج أكثر من ٣ ملايين صورة فى العام ، وذلك فى الخمسينيات من القرن الماضى [١٢] .

ومما لاشك فيه أن الطلب على الصور كان مرتبطاً بعدد من السمات التى كانت سائدة فى ذلك العصر . وقد كانت الولايات المتحدة مجتمعاً ناهضاً متحركاً ، بمجرد أن يستقر بعض الناس على أحد الحدود سرعان ما كان آخرون يستقرون بعدهم مشكلين حدوداً جديدة ، وهكذا . كان الرجال يتركون عائلاتهم ، عادة ، فى المناطق الآهلة بالسكان ، ويذهبون بحثاً عن ظروف أفضل . وقد ارتبطت حركة السكان باندفاعات البحث عن الذهب والأرض والإزدهار البترولى وغيرها من الأحداث التى باعدت بين الأزواج وزوجاتهم وبين الآباء وأطفالهم . وعلى طول ساحل الأطلنطى ، كان « اليانكى » أو سكان الولايات الشمالية من شعوب البحر حيث كان الرجال ينطلقون فى رحلات لصيد الحيتان أو للعمل فى الملاحة والتجارة العالمية . وأتاحت مرحلة الفوران وتحرك الأشخاص فى خلال الحرب الأهلية للمصورين حالة ازدهار كبرى . فقد كانت

الصور وسيلة لتخفيف ألم الفراق بدرجة ما . وفى بعض الأحيان ، كانت الصورة هى الجسر الذى تعبر عليه المشاعر بين الأحياء والأموات .

كذلك كان اقتناء الصورة بمثابة تقليد عميق ، كرمز للمكانة الاجتماعية . والواقع أن كون الشخص قادراً على عرض صورة مرسومة لأسلافه كان يعنى أن أسرته كانت ذات مكانة . وقد كان مجتمع ذلك الحين من النوع الذى يقل فيه الارتباط بين الأصل الأرستقراطى وتاريخ الأسرة من ناحية والسلطة والثروة من ناحية أخرى . ورغم ذلك ، كانت هناك ردة حضارية ملحوظة تسمح لأبناء الأصول بمكانة اجتماعية متميزة بصرف النظر عن ثروتهم الحالية . ولقد كانت المكانة التى نجح المرء فى تحقيقها معياراً هاماً ، ولكن معيار الأصل والنسب لم يفقد قيمته تماماً . وخلال المرحلة الأولى من الثورة الصناعية ، قيل أن بعض الأثرياء الجدد استأجروا رسامين ليرسموا لهم صوراً لشخصيات محترمة باعتبارها تمثل أسلافهم وأجدادهم . وبالنسبة للطبقة الأقل ثراء ، وأيضاً بالنسبة للطبقة الوسطى والطبقة العاملة ، فإن لوح يوديد الفضة والمصور بطريقة داجير كانا يمثلان بديلاً استهلاكياً هائلاً للرسام الفنان الذى كان يقوم برسم الصور للأثرياء .

ويمكن الحصول على مؤشر لانتشار هذا الابتكار من خلال دراسة تطور عدد المصورين بالنسبة للسكان . والجدول التالى يوضح عدد المصورين فى الولايات المتحدة الأمريكية لكل مائة ألف من السكان خلال الفترة بين عامى ١٨٤٠ و١٩٣٠ . وتوضح هذه الأرقام الانتشار السريع للتصوير كابتكار حضارى فى خلال العقود الزمنية الأربعة ١٨٥٠ - ١٨٩٠ . وبحلول العقد الأخير من القرن التاسع عشر ، لم يعد هناك شك فى أن المواطن الأمريكى العادى أصبح معتاداً على التصوير والصور . ولم يكن الانتقال من الصورة الثابتة إلى تلك التى تعطى وهم الحركة خطوة مستحيلة بالنسبة لخيال عامة الناس .

تطور التصوير . استمرت تكنولوجيا التصوير فى التطور وأصبحت أكثر تعقيداً ، كما تزايدت أهميتها أكثر فأكثر كجزء من المؤسسة الصناعية الناهضة فى المجتمع . وقد أقيمت المصانع لصناعة كيماويات التصوير ومعدات وألواح التصوير . ومن بين هذه المصانع يبرز اسم جورج إيستمان الذى ربما يكون هو أشهرها . ولقد فتح التصوير « الداجيرى »

جدول (٣ - ١) نمو عدد المصورين المهنيين فى الولايات المتحدة من ١٨٤٠ وحتى ١٩٣٠ .

السنة	حجم السكان (بالألوف)	عدد المصورين	المصورون لكل ١٠٠ ألف
١٨٤٠	١٧ ٠٠٠	صفر	صفر
١٨٥٠	٢٣ ٠٠٠	٩٣٨	٤
١٨٦٠	٣١ ٠٠٠	٣١٥٤	١٠
١٨٧٠	٣٩ ٠٠٠	٧٥٥٨	١٩
١٨٨٠	٥٠ ٠٠٠	٩٩٩٠	٢٠
١٨٩٠	٦٣ ٠٠٠	٢٠٠٤٠	٣٢
١٩٠٠	٧٦ ٠٠٠	٢٧٠٢٩	٣٦
١٩١٠	٩٢ ٠٠٠	٣١٧٧٥	٣٥
١٩٢٠	١٠٦ ٠٠٠	٣٤٢٥٩	٣٢
١٩٣٠	١٢٣ ٠٠٠	٣٩٥٢٩	٣٢

المصادر : U.S. Bureau of Census, *Population Census of the United States* (for the decennial years 1840, 50,... 1930, Washington, D.C.).

الطريق أمام أساليب وطرق أخرى للتصوير . ولقد تزايدت شعبية التصوير بطريقة الأمبروتيب ambrotype ، ولكنها سرعان ما تدهورت ثم استخدمت طريقة التنتيب tintype على نطاق واسع خلال الحرب الأهلية ، ولكنها توقفت بعد اكتمال تكنولوجيا أحدث . وقد استخدمت لسنوات طويلة بعد ذلك طريقة اللوح المبلل ، حيث كانت تقوم على استعمال مواد كيماوية حساسة للضوء معلقة على فيلم من مادة الكولوديون فوق زجاج . ورغم ذلك ، فقد كان اللوح الجاف هو الذى أتاح الإعداد المسبق لألواح التصوير الزجاجية . وأدى ذلك إلى تصنيع هذه الألواح وتوزيعها وبيعها تجارياً . وعندما أصبحت هذه التكنولوجيا متاحة ، انتشرت الكاميرا الصغيرة miniature camera وكاميرا الهواه amateur camera ودخل جورج إيستمان إلى مجال تصنيع الألواح الفوتوغرافية فى عام ١٨٨٠ . وقد بدأ بمشروع صغير لا يزيد رأسماله عن ٣ آلاف دولار ، وتحول هذا المشروع إلى امبراطورية أصبحت قادرة بعد ٣٤ سنة على أن تدفع ٥ ملايين دولار كحقوق احتكار لطريقة صناعة الألواح الفوتوغرافية المرنة الخاصة بفيلم النيتروسيلولوز .

والواقع أن تطوير الفيلم المرن قد حدث فى عدة أماكن فى نفس الوقت [١٣] . ففى فرنسا ، تم تطوير أحد أنواع الفيلم فى أوائل الثمانينيات من القرن الماضى . وفى نفس الوقت ، تقدم أحد الكيميائيين بمصانع إيستمان للحصول على براءة اختراع فى نفس المجال . وفى عام ١٨٨٩ ، تقدم الأب هانيبال جودوين للحصول أيضاً على براءة اختراع للفيلم المرن . وكان الأب هانيبال أحد رجال الدين المغمورين . كل هذه الأفلام ، كانت تقوم بشكل أو بآخر على عملية واحدة مع تغييرات طفيفة من حالة لأخرى . ورغم ذلك ، كانت هناك عدة سنوات من الدعاوى القضائية المعقدة للغاية ، قام خلالها مكتب براءات الاختراع بمراجعة وإعادة مراجعة مختلف الادعاءات . وفى النهاية ، حصل جودوين على براءة الاختراع ولكن فى نفس الوقت ، كان إيستمان قد بدأ بالفعل صناعة الفيلم المرن منذ عقد كامل من الزمن . وقد صمم هذا الفيلم الملفوف لاستخدامه فى الكاميرا البسيطة التى يستطيع أى شخص استخدامها (fool proof box camera) والمعروفة على نطاق واسع باسم كوداك Kodak ومع وجود الفيلم المرن ، أصبح تطوير السينما أو الصورة المتحركة أقرب خطوة . وكان إديسون قد أنتج مصباحه الضوئى واتسع نطاق فهم تكنولوجيا الكهرباء . وتقدمت دراسة الأشياء المتحركة باستخدام التصوير الفورى الثابت . وكما رأينا ، فإن فكرة عرض الصور بالبروجكتور كانت قد عرفت منذ وقت طويل . ووصلت الفسيولوجيا العصبية للخداع البصرى إلى مدى ملائم من المعرفة . ولم يعد باقياً سوى ربط هذه العناصر معاً لنصل إلى الصورة المتحركة . وأصبحنا على وشك الربط بين كاميرا الغرفة المظلمة والمصباح السحرى بوسائل من المؤكد أنها كانت ستدهش كيرشر وديلابورتا ودافنشى .

السينما تصبح حقيقة

كان توماس إديسون هو الذى توصل إلى الربط التكنولوجى الذى جعل السينما ممكنة ، ولكن مئات آخرين فى مختلف أنحاء العالم ساهموا فى تحقيق هذا الهدف [١٤] . ومن معمل إديسون ، خرجت كاميرا السينما وجهاز العرض السينمائى ، وكان ذلك فى وقت مبكر من العقد الأخير للقرن التاسع عشر .

وكان إديسون لا يثق فى الجدوى المالية أو الاقتصادية للعرض التجارى للصور

المتحركة على أساس أن ذلك سيكون شيئاً جديداً ، وأن الناس سرعان ما سيفقدون اهتمامهم به . وكان مفهوم إديسون بالنسبة لاستغلال جهازه تجارياً يكمن فى تطوير آلة يمكن أن يستخدمها شخص واحد فقط فى كل مرة بحيث يدفع رسماً لمشاهدة عدة دقائق من الحركة المصورة . وأصبح صندوق الدنيا باستخدام جهاز إديسون المعروف باسم الكينيتوسكوب Kinetoscope متاحاً لاستخدام العامة بأجر فى عام ١٨٩٤ . وفى ذلك العام ، افتتح أحد المستثمرين صالة للعرض بالكينيتوسكوب ، وأصبحت هناك عشر ماكينات عرض فى شارع برودواى بنيويورك . ورغم ذلك ، فقد كانت حدود الكينيتوسكوب مقيدة . ورأى عدد من الناس فى الولايات المتحدة وأوروبا إمكانية المزيد من استغلال المصباح السحرى لعرض الصور المتحركة . ورغم أن إديسون هو صاحب الفضل الأكبر فى ظهور السينما من خلال التوصل إلى الربط التكنولوجى الأساسى بين مختلف عناصرها ، إلا أن الباب ظل مفتوحاً أمام المزيد من المغامرين لمحاولة الوصول بهذا التكنيك إلى مرحلة الكمال وتحويله إلى وسيلة هامة من وسائل التسلية الجماهيرية .

وفى السنوات الأخيرة من القرن الماضى ، طالب العشرات من الأشخاص ببراءات اختراع فى العديد من الدول . وكانوا جميعاً يبحثون عن دعم مالى واعتراف بعدد من كاميرات التصوير وأدوات العرض السينمائى . وقد جاءت ادعاءات وتقارير متضاربة من انجلترا وفرنسا وألمانيا والولايات المتحدة تؤكد اختراع هذه الأجهزة أو تحسينها أو تطويرها أو إكمالها . والحقيقة أن هذه الفترة كانت فترة مثيرة للغاية شهدت نشاطاً مكثفاً وما يمكن أن نسميه حمى الاختراع . وكان المخرجون المسرحيون من أمثال إميل رينو يعرضون فى باريس قصصاً سينمائية تقوم على مبدأ الرسوم المتحركة ، وحققت هذه العروض نجاحاً هائلاً . ولم يكن الأمر بحاجة إلى خيال جامح لتوقع أن تحقق العروض التجارية للرسوم المتحركة نجاحاً مالياً كبيراً .

التطور الاجتماعى : السينما كوسيلة إعلام

فى عام ١٨٩٥ ، افتتحت فى باريس مؤسسة اسمها سينماتوجراف Cinema-tographe . وفى مقابل فرنك واحد ، كان يسمح للزبائن بدخول صالون

حيث يمكنهم مشاهدة عدد قليل من الأفلام القصيرة . وخلال أيام ، حققت هذه العروض شعبية كبرى لدرجة أنها جذبت الألوف من المشاهدين الذين كانوا يشاهدونها وقوفاً .

وسرعان ما انتقلت عروض السينماتوجراف إلى نيويورك ، وتم تقليد هذا النظام فى أماكن عديدة . وفى نفس الوقت ، تركزت الكاميرا السينمائية فى انجلترا على أحداث مثل سباق الدربى Derby عام ١٨٩٦ ، وأثار عرض هذه الأفلام ضجة كبرى . وأدت هذه العروض وغيرها من محاولات العرض العام إلى إثارة المزيد من الاهتمام بفكرة عرض الأفلام السينمائية بهدف الترفيه الجماعى أو العام . وكان من الواضح أن هناك ثروات يمكن جمعها من وراء السينما كمشروع تجارى .

فى ذلك الحين ، كان إديسون قد اقتنع بجدوى السينما كمشروع تجارى فضم جهوده إلى جهود مخترع أمريكى شاب اسمه توماس أرمات ، وكان هذا المخترع قد حصل على براءات اختراع معينة فى مجال تطوير البروجكتور أو جهاز العرض . وتمكن إديسون وأرمات من تصنيع الفيتاسكوب Vitascope أو جهاز عرض أرمات وإديسون والذى استخدم فى أنجح المحاولات المبكرة للعرض السينمائى العام .

ومع بزوغ فجر القرن العشرين ، كان قد تم حل كل المشكلات التكنولوجية المتعلقة بهذا الموضوع . وكان فن السينما أو الصور المتحركة قد قطع طريقاً طوله أكثر من ألفى عام ، لكنه الآن أصبح جاهزاً بالفعل ليحتل مكانه كثانى أكبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرى ، ولكى يلعب دوره فى عملية الانتقال الإعلامى الهائل .

مضمون ومشاهدى الأفلام الأولى

منذ البداية ، اهتمت الصور المتحركة أو السينما ، من حيث المضمون ، بالذوق الثقافى والمستوى التعليمى المنخفض . وحتى أول الأفلام ، فى عروض كينيتوسكوب إديسون ، كانت تدور حول أعمال مثيرة مثل « فاطيما ورقصة هز البطن » Fatima and Her Danse du Ventre ، وقد كانت فاطيما هى الحدث المثير فى أحد عروض معرض شيكاغو الدولى عام ١٨٩٣ . وبالنسبة لمتفرجى ذلك الحين ، كانت

الكوميديات السخيفة والساذجة تلقى شعبية كبرى . وكان مشهد ولد شقى يوجه خرطوم المياه نحو عجوز مهيبة يلقى حماساً وإعجاباً فائقاً بين رواد عروض الكينيتوسكوب . ونفس الشيء كان يحدث فى مشاهد العرى (فى حدود معايير ذلك العصر) مثل فيلم قصير كان عنوانه « كيف قدمت بريجيت طبق السلاطة وهى عارية » [١٥] .

ويمكن مقارنة هذه الأفلام الأولى ، التى كانت تتضمن مباريات للملاكمة وكوميديا هابطة ورقصات تهتز فيها أجسام الراقصات ، بالجهود التى قام بها رجال الطباعة الأوائل . فقد كان أول إنتاج لجوتنبرج يمثل أهم أفكار عصره . والكتب فى مراحلها الأولى كانت تقتصر على مجالات الفلسفة والعلوم والفن والسياسة . ومن ناحية أخرى ، فقد اهتمت السينما فى مراحلها الأولى بالتوافه والأشياء التى لا قيمة لها . وكان مضمون الفيلم لا يعنى الكثير لأحد . . وكانت الحركة كشىء جديد هى العامل الهام . فالمتفرجون الأوائل كانوا يحدقون فى أى صورة تتحرك وأفواههم مفتوحة من الدهشة . ولكن حتى بين متفرجى الصالات ، بدأت تظهر قاعدة هامة ، فأفلام مثل « القندس يلعب » Beavers at Play أو « الأمواج المتكسرة فى دوفر » The Surf at Dover كانت تدر دخلاً أقل من أفلام قصيرة ، ولكنها مثيرة مثل رقصات هز البطن أو أفلام الدغدغة مثل « ما الذى شاهده ماسح الأحذية » What the Bootblack Saw . ولم تلق جهود صناعة فيلم أكثر جدية أو يدور حول موضوع فنى حماساً يذكر . فمضمون الفيلم الذى كان يهدف أساساً إلى إرضاء المتفرجين وإشباعهم كان يحقق نجاحاً مالياً . وهكذا ، فمنذ البداية ، كانت العلاقة المنتظمة ، بين أذواق المتفرجين والهيكل المالى للصناعة الوليدة ، هى التى تحكم إنتاج مضمون الفيلم . وقد كان للمشاهدين حرية الاختيار لما يودون مشاهدته ، ولهذا السبب كان المنتجون أيضاً يختارون ما ينتجونه .

وقد يكون من المغرى تحليل سمات وخصائص رواد أماكن العرض السينمائى فى ذلك الحين ، والتى لم تكن موجودة فى قطاعات مراكز المدن الأكثر فى مجال التفرقة العنصرية . وقد يتعرض المرء لإغراء استخلاص نتيجة مؤداها أن تدهور مستوى الذوق الثقافى لدى مشاهدى تلك الأيام هو الذى ترك طابعه الدائم الخاص بانخفاض الجودة على الفيلم . وكانت المشكلة هى أن الفيلم خرج بسرعة من بيئة العرض فى الأروقة والصالات الوضيعة ، ولكنه رغم ذلك لم يرتفع من حيث الجدية والذوق الفنى

لمضمـونه . وانتقل الفيلم من العرض فى الأروقة إلى صالات الفودفيل أو المسرحيات الهزلية حيث كان يعرض كابتكار علمى بين الفصول . ومرة أخرى ، أصبحت أذواق المسرح الساخر هى التى تحكم مضمون الأفلام .

عصر دور السينما « نيكولوديون »

فى حوالى عام ١٩٠٠ ، بدأ عدد من أصحاب أروقة العرض السينمائى ومديرى السيرك السابقين والباعة الجائلين والنباحين (الأشخاص الذين كانوا يقفون أمام المسارح للدعاية لها بصوت مرتفع) ، وما إلى ذلك ، فى استئجار المخازن غير المستعملة وجهزوها بشكل رخيص بالدكك أو المقاعد ، وعرضوا الأفلام بداخلها باستخدام أدوات نصف عمر . كان رأسمال هؤلاء ضئيلاً ، ورصيدهم من الأفلام بالغ السوء ، ومنشآتهم كئيبة ومقبضة للصدور ، ولكنها فوق كل ذلك كانت رخيصة . فمقابل نكلة فقط (٥ سنتات) أو نيكل كما يسميها الأمريكيون ، كان المتفرج يستطيع مشاهدة مجموعة من الأفلام القصيرة المثيرة . وكانت هذه الأفلام إما أفلام حيل قصيرة أو مشاهد قصيرة لأحداث درامية ، مثل رجال الإطفاء الذين يستجيبون للنداءات . وقد استخدمت أسماء مختلفة للتعبير عن هذا الوضع ولكن مصطلح النيكولوديون أو دار العرض مقابل ٥ سنتات هو الذى استمر كتعبير شعبى للإشارة إلى هذه المشروعات . وقد كان من أهم ملامح هذه المشروعات أنها كانت شعبية وتمتلىء بالناس الذين يعيشون فى قاع المجتمع ، كما أنها كانت تحقق ربحاً مادياً . وبعد ذلك ، أخذت دور عرض النيكولوديون التى كان رسم دخولها لا يتجاوز النيكل أو ٥ سنتات تنظف نفسها من الداخل وتتزين من الخارج . وافتتح العديد منها فى المدن الرئيسية ، وشهد العقد الأول من القرن العشرين بداية انتشار شكل جديد من أشكال الاتصال . وأصبحت السينما على وشك أن تصبح وسيلة إعلام حقيقية [١٦] .

وسرعان ما تغير مضمون الأفلام ، فأصبحت أطول وأكثر تعقيداً من الناحية الفنية . وفى البداية لم ترتفع الأفلام كثيراً من حيث الذوق أو الجدية . . ويعد الفيلم الناجح الذى عرف باسم « سرقة القطار الكبرى The Great Train Robbery » نموذجاً لما يريده متفرجو مسارح ودور عرض النيكولوديون فى عام ١٩٠٣ . وخلال فترة قصيرة ،

أصبحت الأفلام ذات القصص هى السائدة . وقد حققت أماكن الترفيه هذه ازدهاراً فى نفس مراكز المدن التى كانت تنتشر فيها أروقة العرض السينمائى . وفى حين كانت السينما تثبت أقدامها ، حدث تغيير فى نوعية متفرجيها الذين أصبح غالبيتهم من المهاجرين الفقراء والمنحرفين والسكان المجهولين لمناطق الإيواء بالمدن . وقد كان المهاجرون هم أهم الجماعات من حيث العدد . ففى السنوات العشر الأولى من القرن العشرين تمت موجات هجرة لم يسبق لها مثيل ولا نظير لها فى العصر الحديث . كان الناس يتدفقون على الولايات المتحدة من مختلف الثقافات والحضارات وخاصة من شرق وجنوب أوروبا . وقد أقاموا مناطق وأحياء عرقية لهم وعاشوا داخلها بالملايين فى إطار الهيكل البيئى والاجتماعى للمدينة . ولم تكن قوانين الهجرة صارمة بالمعنى المعروف الآن ، كما كان الكثيرون من هؤلاء المواطنين الجدد من الأميين حتى بالنسبة للغاتهم الأصلية . وكانت نسبة كبيرة منهم لا تعرف أى شىء عن الانجليزية . كما كان عدد كبير من المهاجرين من الفلاحين والمزارعين فى بلادهم الأصلية . وبالنسبة إلى أولئك الناس المتواضعين الذين كان يحيط بهم مجتمع صناعى معقد ومذهل لا يفهمونه ، كانت الأفلام البدائية مصدراً للسلوى والترفيه . وكانت الحبكة فى قصص الأفلام بسيطة ، وأسلوب التمثيل النمطى لا يستلزم معرفة اللغة لفهم الفكرة . وفى الواقع ، فإن مشاهدى اليوم يشعرون بالتسلية لرؤية تعبيرات الوجه النمطية المتكررة وحركات الجسم المبالغ فيها التى كان يقوم بها الممثلون فى الأفلام الأولى . وقد أصبحت هذه الأساليب مفهومة أكثر عندما بات واضحاً أن المتفرج لم يكن لديه سوى عناوين فرعية فقط ليتابع من خلالها قصة الفيلم ، وقد كانت تكتب تحت بعض المشاهد . وكان الكثيرون من المتفرجين الذين يتحدثون الانجليزية بوسعهم القراءة بصعوبة ، هذا إذا كانوا قادرين أصلاً على القراءة . . أما الغالبية العظمى من الأجانب ، فقد كانت لا تعرف كلمة واحدة من اللغة الانجليزية .

وهكذا ، فقد كان المهاجرون ، إلى جانب العامة من الأمريكيين الذين وصلوا حديثاً إلى المدينة الكبيرة ، هم أهم أنواع المتفرجين الذين كانت توجه إليهم الأفلام القديمة التى تعرف فى مسارح النيكولوديون . ومن خلال الكوميديا الرخيصة والسخرية الهابطة ، كانت هذه الأفلام تدغدغ هؤلاء الناس وتجعلهم يضحكون حتى من أنفسهم . وقد كان الريفيون السذج والمهاجرون يظهرون غالباً فى تلك الأفلام . .

وكانت شخصيات جميع الأفلام تتمثل ، على سبيل الحصر تقريباً ، فى الضابط واللص والفتاة الجميلة والزوج الغيور ورئيس العمل . وكان هذا كافياً بالفعل ، فسلوكياتهم الغريبة كانت تفهم بسهولة وبشكل محدد يمكن القول أن هذه النمطية والسخرية الهابطة أدت إلى ظهور أشياء فى الأفلام السينمائية مثل مشاهد تبادل إلقاء الحلوى والفطائر .

الأفلام الناضجة

خلال فترة قصيرة من الوقت ، كانت دور عرض « النيكل » قد انتشرت إلى ما وراء مراكز المدن ، وبدأت الأفلام تصبح شكلاً من أشكال الترفيه العائلى . وقد انتهت زهوة مجرد رؤية الصور تتحرك ونشطت شركات الإنتاج السينمائى لتلبية الطلب المتزايد على الأفلام . وبدأ العاملون فى المجال السينمائى يشعرون بالقلق حول كيفية تغيير الصورة السيئة لهذا المجال . وقد تم بالفعل إدخال بعض التغييرات وأخذت وسيلة الترفيه المزدهرة هذه طريقها . وبعد ذلك ، جاء نظام النجم The star system . واكتشفت السينما الكلاسيكيات وظهرت أساليب فنية أكثر مرونة للتصوير . وأصبحت الأفلام أطول ووصلت إلى طول الفيلم الوثائقى الذى نعرفه الآن . وكانت هذه الزيادة فى الكفاءة الفنية ترجع جزئياً إلى تزايد حماس مشاهدى السينما . وفى بداية العشرينيات من هذا القرن ، انتهى العصر النيكلى الكئيب ، وأفسح الطريق لأماكن عرض سينمائى أكبر وأكثر ملاءمة . وقد تم تزيين بعض هذه الأماكن ببذخ لدرجة أنها كانت تبدو وكأنها معابد لعبادة الآلهة الجديدة للشاشة . وقد حظى هؤلاء النجوم بإعجاب الملايين من الفتيات العاملات فى المحال التجارية وعمال المصانع .. كما كان هؤلاء النجوم يتقاضون مرتبات فلكية جعلت من هوليود مرادفاً للبذخ والثراء الفاحش .

تأثير الحرب العالمية الأولى . أتاحت الحرب العظمى لصناعة السينما الأمريكية ازدهاراً لم يسبق له مثيل . فبعد عام ١٩١٤ ، توقف إنتاج الأفلام فى استديوهات أوروبا ، ولكن الطلب على الأفلام تزايد بشكل هائل فى جميع أنحاء العالم . وقد أدى ذلك إلى

إتـاحة ميزة هامة للأفلام الأمريكية فى سوق التصدير واحتفظ الأمريكيون بهذه الميزة لسنوات . وكان المخرجون والمنتجون ، وهم أنفسهم من المهاجرين ، يقومون بعمل الأفلام الصامتة التى يكتب فيها الحوار تحت المشهد ، وكان من السهل ترجمة هذا الحوار القصير إلى أى لغـة . وهكذا ، كان الفيلم يمثل سلعة ذات مرونة خاصة للتصدير للدول الأجنبية . وقد افتتحت أسواق نهمة لا تشبع عندما بدأت مناطق نائية من العالم تعـرض الأفلام بعد ترجمة حوارها بلغات ، مثل : الأوردو والهندية والصينية والعربية وغيرها من اللغات المحلية . وإذا ما كان المتفرجون يجهلون القراءة والكتابة ، كان يتم استخدام راوٍ ليشرح لهم ما يشاهدونه فى الفيلم أثناء عرضه . وفى الغالب ، كانت أى علاقـة بين ما يقـولـه الراوى وما قصده أصحاب الفيلم فى الأصل هى مجرد مصادفة بحتة . وهكذا ، كان للموقف السياسى للولايات المتحدة فى الحرب العالمية الأولى أكبر الأثر على السينما الأمريكية كوسيلة إعلام . فقد أصبحت هذه الوسيلة ذات أهمية عالمية .

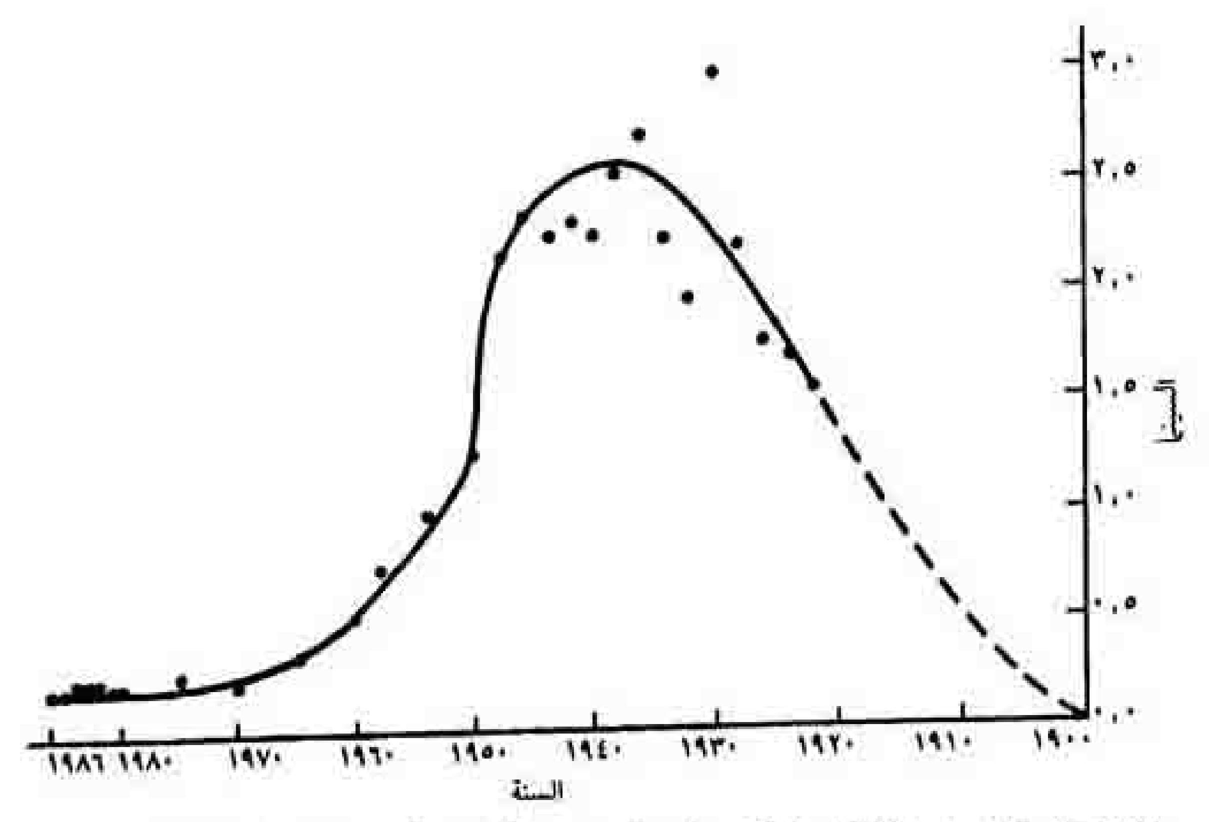
وقد أعطت أحداث الحرب العظمى أيضاً مزيداً من القوة لوسائل أخرى يمكن للمجتمع من خلالها أن يؤثر على وسائل إعلامه . وعندما تفجرت الحرب فى أوروبا ، بدأ الشعب الأمريكى يركز رأيه العام فى اتجاهين متضادين : ١ - كان أنصار السلام يريدون البقاء خارج الحرب الأوروبية وأن يتجنبوا التورط فى أى توسع عسكرى يمكن أن يؤدى بالبلاد فى النهاية إلى المشاركة فى الحرب . ٢ - أما هؤلاء الذين كانوا يؤيدون الاستعداد والتأهب ، فقد شعروا أن الولايات المتحدة من المحتمل تماماً أن تضطر إلى الـدخـول فى الحـرب فى مرحلة من المراحل ، وبالتالى يتعين عليها اتخاذ استعدادات عسكرية لتجعل المهمة أسهل إذا دعت الضرورة لذلك . وقد كانت هذه القضايا ذات أهمية كبرى خلال السنوات التى سبقت إعلان الولايات المتحدة الحرب على ألمانيا . وعندما جاءت الحرب ، كانت كتلة كبيرة من الشعب الأمريكى مازالت تتبنى مواقف وآراء ومشاعر مناهضة للالتزام الكامل والمشاركة فى الجهد الحربى . ومن أجل التقليل من هذه المشاعر السلمية « غير الصحية » قام جورج كريل رئيس لجنة الإعلام الشعبى (وهى الوكالة الرسمية الأمريكية للدعاية الداخلية) بتعبئة السينما كجزء من حملة شاملة « لبيع الحرب للرأى العام الأمريكى » . وكان هذا إقحاماً للسينما فى دور دعائى لم تلعبه من قبـل [١٧] . فقـد كانت السينما ، فى الولايات المتحدة على الأقل ، مجرد وسيلة للترفيه

والتسلية ، ولم يكن قد سبق لها التورط بجدية للترويج لاتجاه سياسى بعينه أو لرفع المعنويات أولتحمل مسئولية اجتماعية أوثقافية . وبوجه عام ، كانت السينما تسير وراء الأذواق والمواقف العامة بدلاً من أن تقودها . ويعتقد البعض أن خبرات الحرب قد أتاحت إمكانيات وأهدافاً جديدة للفيلم السينمائى كوسيلة للحث والإقناع . والواقع أن السينما كوسيلة للترفيه لم تصبح على الإطلاق وسيلة قوية وحاسمة للتعليق السياسى والاجتماعى . ورغم أن هوليود قد تعاونت فى خلال فترة الحرب ، وكانت تنتج بين الحين والآخر فيلماً يحمل رسالة اجتماعية ، إلا أن هذه الحالات كانت مجرد خروج على القاعدة . وفى هذا المجال ، كان موقع الفيلم السينمائى مختلفاً عن موقع الجريدة التى افترضت بشكل حاسم أن مسئوليتها أن تلعب دوراً فى العملية السياسية .

الأفلام الناطقة . فى خلال الجزء الأخير من عشرينيات هذا القرن ، تم إدخال المؤثرات الصوتية إلى الفيلم . وفى ذلك الحين ، كانت دار العرض السينمائى قد استقرت كمكان محترم للترفيه بالنسبة للأسر الأمريكية . وعلى الصعيد التجارى ، كان إنتاج وتوزيع وعرض الأفلام السينمائية قد احتل مكانة مرموقة فى الاقتصاد الأمريكى . وكابتكار حضارى وثقافى ، أصبحت السينما جزءاً أساسياً من الروتين الأسبوعى للمواطن الأمريكى . وهناك سجلات دقيقة بالنسبة للإقبال على السينما فى الولايات المتحدة على المستوى القومى اعتباراً من عام ١٩٢٢ . ففى ذلك الحين ، كانت شعبية الفيلم السينمائى قد ارتفعت لدرجة أن متوسط عدد التذاكر المدفوع ثمنها لدخول السينما فى الولايات المتحدة فى الأسبوع كان يتجاوز ٤٠ مليون تذكرة . وفى وقت الحرب العالمية الثانية تقريباً ، تم إنتاج الأفلام الملونة وأصبحت هى الأفلام السائدة . ووصلت السينما إلى ذروتها فى الأربعينيات عندما ارتفع معدل الإقبال عليها إلى ٩٠ مليون تذكرة أسبوعياً .

نماذج كمية

كان تبنى السينما كابتكار ثقافى للاستخدام العام سريعاً وواسعاً فى نفس الوقت . فالولايات المتحدة تحولت إلى أمة من رواد السينما خلال الفترة من ١٩٠٠ وحتى



شكل ٣ - ١ منحنى الانتشار التراكمى للسينما ـ متوسط الارتياد الأسبوعى لكل أسرة فى الولايات المتحدة ١٩٠٠ - ١٩٨٦ .

١٩٣٠ . ويوضح الجدول التالى متوسط الإقبال الأسبوعى على دور السينما خلال الفترة من ١٩٢٢ وحتى ١٩٨٦ وعدد الأسر خلال نفس الفترة . ورغم أن الأرقام التى توضح الإقبال على السينما غير متوافرة بالنسبة للفترة ما بين ١٩٠٠ و١٩٢١ ، إلا أنه يبدو من المحتمل تماماً أن تلك المرحلة المبكرة من السينما كانت تسير وفقاً للرسم البيانى ٣ - ١ .

وربما كان أهم أوجه نماذج التعلق بالسينما سمته التغيرية والتقلبية . يتضح ذلك على وجه الخصوص فى الجزء الأوسط من المنحنى الموضح بالشكل البيانى السابق حيث تتقلب الأرقام الدالة على رواد السينما بشكل عنيف . وقد حدث ذلك فى خلال سنوات الكساد الاقتصادى الكبير ، فالأوقات الصعبة فى بداية الثلاثينيات كانت ذات تأثير حاد على معدلات الذهاب للسينما . وقد انخفضت أثمان تذاكر الدخول بنسبة تزيد على ٣٠ فى المائة خلال الفترة ما بين عامى ١٩٣٠ و١٩٣٢ . ورغم ذلك ، فإن أواخر الثلاثينيات وفى خلال عقد الأربعينيات كانت سنوات ذهبية بالنسبة للسينما مع أن بدائل عملية للسينما كانت قد أصبحت متاحة بشكل متزايد . ومع تزايد عدد هذه البدائل

جدول (٣ - ٢) الذهاب إلى دور السينما في الولايات المتحدة (١٩٢٢ - ١٩٨٦) .

السنة	المعدل الأسبوعي للذهاب إلى السينما بالألوف	إجمالي عدد الأسر بالألوف	الارتياد الأسبوعي لكل أسرة
١٩٢٢	٤٠ ٠٠٠	٢٥ ٦٨٧	١,٥٦
١٩٢٤	٤٦ ٠٠٠	٢٦ ٩٤١	١,٧١
١٩٢٦	٥٠ ٠٠٠	٢٨ ١٠١	١,٧٨
١٩٢٨	٦٥ ٠٠٠	٢٩ ١٢٤	٢,٢٣
١٩٣٠	٩٠ ٠٠٠	٣٠ ٠٠٠	٣,٠٠
١٩٣٢	٦٠ ٠٠٠	٣٠ ٤٣٩	١,٩٧
١٩٣٤	٧٠ ٠٠٠	٣١ ٣٠٦	٢,٢٤
١٩٣٦	٨٨ ٠٠٠	٣٢ ٤٥٤	٢,٧١
١٩٣٨	٨٥ ٠٠٠	٣٣ ٦٨٣	٢,٥٢
١٩٤٠	٨٠ ٠٠٠	٣٥ ٠٠٠	٢,٢٩
١٩٤٢	٨٥ ٠٠٠	٣٦ ٤٤٥	٢,٣٣
١٩٤٤	٨٥ ٠٠٠	٣٧ ١١٥	٢,٢٩
١٩٤٦	٩٠ ٠٠٠	٣٧ ٩٠٠	٢,٣٧
١٩٤٨	٩٠ ٠٠٠	٤٠ ٥٢٣	٢,٢٢
١٩٥٠	٦٠ ٠٠٠	٤٣ ٤٦٨	١,٣٨
١٩٥٤	٤٩ ٠٠٠	٤٦ ٨٩٣	١,٠٤
١٩٥٨	٤٠ ٠٠٠	٥٠ ٤٠٢	,٧٩
١٩٦٠	٢٨ ٠٠٠	٥٢ ٦١٠	,٥٣
١٩٦٥	٢١ ٠٠٠	٥٧ ٢٥١	,٣٧
١٩٧٠	١٥ ٠٠٠	٦٢ ٨٧٥	,٢٤
١٩٧٥	٢٠ ٠٠٠	٧١ ١٢٠	,٢٨
١٩٨٠	١٩ ٦٠٠	٨٠ ٧٧٦	,٢٤
١٩٨١	٢٠ ٥٠٠	٨٢ ٤٠٠	,٢٤
١٩٨٢	٢٢ ٦٠٠	٨٣ ٥٢٧	,٢٧
١٩٨٣	٢٣ ٠٠٠	٨٣ ٩١٨	,٢٧
١٩٨٤	٢٣ ١٠٠	٨٥ ٤٠٧	,٢٧
١٩٨٥	٢٠ ٣٠٠	٨٦ ٧٨٩	,٢٣
١٩٨٦	١٩ ٦٠٠	٨٨ ٤٥٨	,٢٣

المصادر : U.S. Bureau of Census, *Historical Statistics of the United States, Colonial Times to 1957* (Washington, D.C., 1960), Series H 522, p. 225; Series A 242-44, p. 15.

U.S. Bureau of Census, *Historical Statistics of the United States, Continuation to 1962 and Revisions* (Washington, D.C., 1965), Series H 522, p. 35.

U.S. Bureau of Census, *Statistical Abstract of the United States* (Washington, D.C., 1968), tables 11 and 302, pp. 12, 208 (1973); tables 53, 347, 349, pp. 41, 211, 212.

U.S. Bureau of Census, *Current Population Reports: Population Characteristics,* Series P-20, No. 166 (24 August 1967), pp. 1, 4.

U.S. Bureau of Economic Analysis; U.S. Bureau of Labor Statistics, Industry and Trade Administration, *U.S. Industrial Outlook,* 1979, p. 503.

1980-1986 figures from the Motion Picture Association of America, New York.

وارتفاع شعبيتها ، أصبح تأثيرها على معدلات ارتياد دور السينما أقرب إلى الكارثة .
ومن الواضح أن الظهور السريع للتليفزيون الذى بدأ فى نهاية الأربعينيات واستمر فى خلال العقد التالى ، كان له أعمق أثر ممكن على الإقبال الجماهيرى على السينما .
ورغم أن المجتمع ككل كان يتجه نحو رخاء اقتصادى لم يسبق له مثيل ، إلا أن المتوسط الأسبوعى لارتياد دور السينما بالنسبة لكل أسرة انخفض من ٢,٣٧ فى عام ١٩٤٦ إلى ٠,٥٣ فقط فى عام ١٩٦٠ . واستمر هذا الانخفاض حتى وصل إلى ٠,٢٣ فقط فى عام ١٩٨٦ .

وقد كافحت صناعة السينما باستماتة لوقف معدل التدهور . ومع تزايد المنافسه مع التليفزيون ، بذلت أكثر من محاولة . ففى إحدى المراحل ، كان رواد السينما يحصلون على نظارات خاصة حتى يمكنهم رؤية الصورة بأبعادها الثلاثة « صورة مجسمة » .
واتسعت شاشات العرض السينمائى ووصلت فى بعض الأحيان إلى أبعاد ومقاييس لا تصدق . وأدخلت مؤثرات صوتية خاصة مع توزيع الميكروفونات فى مختلف أنحاء صالة العرض السينمائى . كل هذه الحيل لم تساعد كثيراً . . واستمر التدهور ربما بصورة أكبر ، وانهارت المعايير الأخلاقية القديمة التى كانت تحكم مضمون الفيلم . وفى وقت مبكر ، كانت الأفلام التى تعرض على المشاهدين الأمريكيين طيبة ورقيقة ، وكأنها نزهة مدرسية يوم الأحد . فالطبقة الوسطى القوية فى أمريكا لم تكن تحتاج إلى من يدغدغها بالأفكار المحظورة والمحرمة لكى تشترى تذاكر السينما من الشباك . أما اليوم ، فما لم يعد الفيلم مشاهديه بحمامات دم وجنس مكشوف فربما لا يحقق ربحاً مالياً . وقد صاحبت هذا التغيير الكثير من المناورات القانونية والدعاوى القضائية . ودارت مناقشات على نطاق واسع حول حرية التعبير فى مواجهة الفحش والفجور فيما يتعلق بما تقدمه السينما .
وفى الوقت الراهن ، ينتقد المسئولون بشدة العنف فى السينما وكذلك الجنس المكشوف .
وبمعنى آخر ، استمر الصراع لتحديد شكل التطورات القادمة فى صناعة السينما .

ومهما كانت القيمة النهائية لهذه القضايا فى إطار السينما ، فمن الواضح منطقياً أن يكون الضغط الحقيقى للتغيير ضغطاً اقتصادياً . وأقرب التكهنات للمنطق بالنسبة للمستقبل هو أن دور العرض السينمائى لن تستعيد على الإطلاق شعبيتها التى كانت عليها فى الثلاثينيات . ولا يعنى ذلك أن الأفلام لن تنتج بعد الآن . فالتليفزيون يمثل طلباً نهماً لا يشبع حتى الآن لأسوأ الأفلام . والأكثر من ذلك ، وكما سنرى فى الفصل

القادم ، فإن تزايد الاستخدام المنزلى للفيديو وشرائط الأفلام المستأجرة كلها عوامل تشير إلى أن دور العرض السينمائى ستمر بأوقات أصعب . وهكذا ، وبعد أن تدشنت صناعة السينما على قيد الحياة ، أو حتى ازدهرت ، فإن الأنماط السلوكية لمستهلكيها من المحتمل أن تستمر فى الاتجاه الذى هى عليه الآن . ومن المحتمل أن يستمر التحول القوى فى اهتمامات الشعب الأمريكى ، والذى حدث بعد عام ١٩٦٠ ، من السينما نحو شاشة التليفزيون ، خصوصاً بعد أن وصل التليفزيون والفيديو إلى درجة التشبع ، ومع اتجاه التليفـزيون ، نحـو وضع القوانين التى تحكم مضمونه . من المحتمل أن تصل هذه القوانين فى النهاية إلى ما يشبه تلك الخاصة بالسينما المعاصرة .

إن الظروف والعوامل المرتبطة بتدهور نمط سلوكى معين داخل نظام اجتماعى قد أهملت إلى حد بعيد فى الاندفاع الأخير للاهتمام نحو عملية الابتكار والتجديد . فالفناء أو الـزوال مرادف طبيعى للتجـديد ، وهـو الملمـح الضرورى للنظرية الملائمة للتغير الاجتـماعى . ولاشـك فى أن هنـاك مبادىء منتظمة تحكم الطريقة التى تدفع الناس للتخلى عن شىء ما أوملمح أو مجمع ثقافى . ونحن لم نعد نستفيد كثيراً من ريشة الكتابة والياقات التى يمكن تغييرها ، وذراع الإدارة القديم للسيارة والمرافق التقليدى الذى كان يصاحب المراهقين إلى الحفلات لمراقبة سلوكهم . فهذه الأشكال ، ولاشك ، أعقبت تدهور استعمال نموذج معكوس . متناسق فى الشكل مع منحنى حرف S العادى لتبنى شىء والتمسـك به . ورغم الأهمية الـواضحة لنماذج الفناء والزوال هذه لفهم التغير الاجتماعى والثقافى ، فلا توجد نظرية منتظمة بخصوص الظروف والأحوال التى تؤدى إليها .

وبالنسبة لدور العرض السينمائى ، فإن أسباب الفناء والزوال ليست غامضة بشكل خاص . فالـركـود الاقتصادى وانتقال السكان إلى الضواحى ، وبالطبع استمرار نمو الوسائل الإلكترونية . . كل ذلك أثر بالسلب على تذكرة دخول السينما المدفوعة الثمن . ويمكن أن يضاف إلى هذه العوامل زيادة التكدس فى المناطق التجارية بأواسط المدن حيث توجد غالبية دور العرض السينمائى القديمة الكبرى . وهناك أيضاً أعباء نفقات العمالة فى دور السينما مما أدى إلى زيادات مستمرة فى أسعار تذاكر الدخول ، وبالتالى انخفاض عدد الرواد أو الزبائن . وحتى النموذج الأحدث الخاص بدور العرض التى توجد بها اكثر من شاشة أو صالة عرض ، لم يغير من الوضع العام الذى تعيشه دور السينما .

لقد أوضح تحليلنا التطور الطويل والمعقد للسينما . وتميز هذا التطور بتراكم ملامح ثقافية وابتكارات تكنولوجية كانت ضرورية لظهور الفيلم كوسيلة إعلام . وقد أشار هذا التحليل إلى أن العديد من الظروف الاجتماعية والثقافية ، مثل الحروب وانتقال السكان والصراعات فى المؤسسة الاقتصادية ، التى ارتبطت تماماً بانتشار ، وربما أيضاً بزوال ، دور العرض السينمائى كنوع من تجديد السلوك من جانب الشعب الأمريكى .

إن تأثير المجتمع على إحدى وسائل الاتصال لا يمكن أن يكون أوضح مما هو عليه فى حالة السينما . ولا شك فى أن السينما سوف تستمر كتكنولوجيا وكصناعة لتحتل مكانها فى نظامنا الاجتماعى . ورغم ذلك ، فهناك شكوك كبرى بالنسبة لبقاء السينما بالشكل الذى كانت عليه فى البداية خاصة فيما يتعلق بإقبال الأمريكيين الهائل عليها .

الهوامش

1. Martin Quigley, Jr., *Magic Shadows: The Story of the Origin of Motion Pictures* (Washington, D.C.: Georgetown University Press, 1948), pp. 18–20.
2. Helmut Gernsheim and Alison Gernsheim, *The History of Photography from the Earliest Use of the Camera Obscura in the Eleventh Century Up to 1914* (London: Oxford University Press, 1955). See especially Chapter 1, "The History of the Camera Obscura," pp. 1–19.
3. Quigley, *Magic Shadows*, pp. 29–35.
4. A reproduction of this famous work has recently been made available. See John Baptista Porta, *Natural Magick*, ed. Derek J. Price (New York: Smithsonian Institute for Basic Books, 1957).
5. Ibid., pp. 364–65.
6. Quigley, *Magic Shadows*, pp. 48–61.
7. Ibid., pp. 85–97.
8. Josef M. Eder, *History of Photography* (New York: Columbia University Press, 1945), pp. 209–45, 263–64, 316–21.
9. Robert Taft, *Photography and the American Scene* (New York: Macmillan, 1938), p. 3.
10. Ibid., p. 48.
11. Ibid., pp. 55–62.
12. Ibid., p. 76.
13. Ibid., pp. 384–404.
14. Quigley, *Magic Shadows*, see especially Chapters 15 and 16.
15. Richard Griffith and Arthur Mayer, *The Movies* (New York: Simon and Schuster, 1957), pp. 1–8.
16. Ibid., p. 19.
17. Ibid., pp. 113–19.



الفصل ٤

نشأة الإذاعة

تمثل الإذاعة اليوم النتاج المعاصر لعملية تطورية طويلة ومستمرة شملت فى غالب الأمر عدداً مذهلاً من الابتكارات التكنولوجية والمنجزات العلمية والأشكال الاقتصادية والاجتماعية الجديدة . وكما كان الحال بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى ، فقد تأثرت الإذاعة كوسيلة إعلام بصراعات عديدة . وحددت نتيجة هذه الصراعات ملامحها الحالية ، فقد تقاتلت شركات ضخمة حول حقوق الامتياز ، وتنافست جهات البث الإذاعى المتصارعة على ترددات معينة لدرجة دفعت الحكومة الفيدرالية فى النهاية إلى التدخل عن طريق أشكال جديدة للسيطرة كانت فريدة بالنسبة لهذه الوسيلة الإعلامية . كما أن الإذاعات قد حاربت الصحف ونازعتها على حق إذاعة الأخبار ، كما حارب المشتغلون بالدعاية الجهات المنظمة حول الترهات والادعاءات الكاذبة . وفى الأونة الأخيرة تفجرت المعارك حول عرض مشاهد العنف فى التليفزيون . ولهذا السبب ، فإن كلاً من نموذج الصراع conflict paradigm والنموذج التطورى evolutionary paradigm يقدمان إطاراً جوهرياً لتفسير الطريقة التى تشكلت بها الإذاعة لتصبح وسيلة الإعلام التى نعرفها اليوم .

تطور الاتصالات

عند تتبع الوسائل الأساسية التي أثر بها المجتمع على الإذاعة كوسيلة إعلام ، سنجد أن هناك ثلاث قضايا محددة تحتاج للإيضاح : الأولى : أن هناك عوامل اجتماعية عديدة ومعقدة عمقت الحاجة إلى ، وبالتالى البحث عن ، وسيلة فورية للاتصال يمكن أن تنتقل عبر المحيطات والقارات . والثانية : أن هناك سلسلة من الابتكارات العلمية والتقنية التى تراكمت حيث كان كل اختراع يؤدى إلى اختراع آخر فى أثناء محاولة تلبية الحاجات الملحة . أما القضية الثالثة والأخيرة : فهى مرتبطة بالأحداث التى نتج عنها تحول تكنولوجيا التلغراف اللاسلكى « الإرسال البرقى » التجارى والهاتف اللاسلكى إلى وسيلة جماهيرية يتم من خلالها بث البرامج إلى مستمعى أمم بأسرها فى منازلهم . ويمكننا بالطبع أن نضيف إلى ذلك خروج التليفزيون من تحت عباءة الإذاعة كنتيجة ثانوية ، كما سيتضح فيما بعد ، إلا أن هذه الوسيلة الأحدث لم تشارك الإذاعة فحسب فى التاريخ المشترك بل ورثت أيضاً أسسه المالية ، وتقاليده ، وهيكل التحكم والسيطرة الخاص به ، وربما حتى الكثير من ملكاته وقدراته .

تزايد حاجات الاتصال

لقد تزايدت بشدة حاجة الناس إلى وسائل اتصال سريعة يعتمد عليها عبر المسافات الطويلة مع تزايد تشابك وتعقد المجتمعات . فعندما كانت الأنشطة الاجتماعية مقصورة على مدى محدود أو مجموعة صغيرة تنتقل معاً أو تستقر فى قرية معينة ، كان مدى الصوت البشرى كافياً كوسيلة للتغلب على مشكلات الاتصال . وبالنسبة للمسافات الأطول ، فإن العداء المتمرس الذى يقطع هذه المسافات بيسر يعتبر وسيلة لتحقيق نفس الغرض ولكن ، مع ابتكار التنظيمات الاجتماعية المعقدة للأغراض العسكرية والتجارية والحكومية ، واجهت هذه التنظيمات بشكل مستمر مشكلة تنسيق أنشطتها مع عدم وجود طريقة حقيقية يعتمد عليها لنقل المعلومات بسرعة عبر المسافات الطويلة .

إن الإبداع الإنسانى لا حدود له . وقد أظهر البشر من جميع الأعمار قابلية هائلة وقدرة كبرى على استيعاب تكنولوجيا عصرهم وتطبيقها بطريقة غير مسبوقة لحل

المشكلات العملية . وهكذا كان الوضع بالنسبة للاتصالات بعيدة المدى عبر المسافات الطويلة . وتخبرنا أقدم سجلاتنا عن قادة عسكريين أرسلوا معلومات بالإشارات فى الليل من فوق قمم التلال باستخدام المشاعل التى كان يتم صفها وترتيبها وفقاً لنماذج ونظم شفرية بدائية متفق عليها بشكل مسبق .

وكلمة تلغراف Telegraph نفسها مشتقة من اللغة اليونانية قبل مولد المسيح بمئات السنين . وهى تتكون من مقطعين الأول يعنى « عن بعد » Tele والثانى يعنى « الكتابة » graph . وفى الحضارات اليونانية والفارسية والرومانية ، كان التنظيم الاجتماعى فى الشئون العسكرية والحكومية والتجارية أكثر تقدماً بكثير من تكنولوجيا الاتصال . وكان العجز عن تنسيق الأنشطة المعقدة مصدراً دائماً لصعوبة كبرى . وقد هزمت جيوش وأغرقت أساطيل وانهارت حكومات وأهدرت ثروات بسبب كلمة واحدة لم تصل فى الوقت المناسب .

البحث عن حلول . لقد تم اختراع مجموعة كبيرة من الأدوات التقنية واستخدمت هذه الأدوات عبر القرون المتتالية لإيجاد حلول لهذا النقص الحضارى . وحتى بالنسبة إلى الشعوب البدائية ، التى كانت تحتاج إلى الاتصال ، ولكنها كانت عاجزة عن تحقيق ذلك بسبب تخلفها التكنولوجى ، فإنها استطاعت أن تحرق ما بداخل جزء من جذع الشجرة ثم تشد على أحد طرفيه جلد حيوان لتكوين طبلة . وباستخدام هذه الطبلة أمكن لهؤلاء البدائيين قهر مسافات مثيرة للدهشة باستخدام أصوات شفرية . وكانت إشارات الدخان وسيلة أخرى مألوفة ، وكذلك الحمام الزاجل الذى مازال يستخدم حتى الآن فى القرن العشرين لنقل الرسائل . وكانت هناك أيضاً المرايا العاكسة ومصابيح الإشارة وطلقات المدافع والمنارات التى استخدمت كلها فى النضال من أجل التغلب على المسافة والزمن . ورغم ذلك ، فإن وسائل الاتصال المبكرة هذه كانت محدودة للغاية . فمعظمها كان مرهقاً بشكل فظيع ولا يعتمد عليه إلى حد بعيد . كما كان معظمها يتوقف على توفر طقس أو مناخ جيد بينما كان الباقى قادراً فقط على نقل الرسائل البسيطة للغاية .

وفى خلال العصور الأحدث ، تم اختراع العديد من أنظمة الاتصال الهامة . وكانت كلها تعتمد على خط الرؤية البصرية بين المرسل والمتلقى . ويعد إمكان نقل

رسالة عبر سلسلة من المحطات ، أصبح بوسع المرء إرسال رسائل معقدة عبر مسافات طويلة للغاية . وخلال ذروة حكم نابليون فى فرنسا ، كان لدى هذا البلد بالفعل ما يصل مجموعه إلى ٢٢٤ محطة للإعلام بالإشارة semaphore ، وذلك عن طريق استخدام اليدين وعلمين فى أوضاع مختلفة ، وانتشرت هذه المحطات بطول آلاف الأميال [١] . وقد كان هذا النوع من أنظمة الاتصال هو الأفضل والأكثر استخداماً بين كل أنظمة الاتصال على مدى خط الرؤية . ونظام الإعلام بالإشارات كان فى بدايته ثمرة فكرة بسيطة توصل إليها ثلاثة تلاميذ فرنسيون صغار لتبادل إرسال الرسائل بينهم . وتعتمد هذه الفكرة على وضع زوج من الأذرع الخشبية الكبيرة على قمة برج بحيث يمكن استخدامها فى إعطاء إشارات تمثل الحروف الهجائية بطريقة متفق عليها . وهذه الإشارات يمكن قراءتها وتفسيرها من جانب المتلقى الموجود فى برج آخر على مسافة عدة أميال . ثم يقوم هذا المتلقى بدوره بنقل الرسالة إلى المحطة التالية ، وهكذا . وقد كانت هذه العملية مكلفة ومرهقة ، ولكن النظام نفسه ظل مستخدماً فى عدد من البلدان الأوروبية حتى تم استبداله بالتلغراف الكهربى . ومازال لنظام الإعلام الإشارى باليدين والأعلام موجوداً فى بعض الاستخدامات الآن وخاصة على متن السفن البحرية فى حالة توقف جهاز الراديو .

ومن مستهل القرن التاسع عشر ، بدأت الحاجة فى المجتمعات الغربية تصبح ملحة لوسائل اتصال سريعة قادرة حتى على عبور المحيطات . فقد تزايد إيقاع المعاملات التجارية بين الأمم بدرجة كبيرة مع الثورة الصناعية . وكانت بريطانيا العظمى تبنى إمبراطورية استعمارية شاسعة ومترامية الأطراف لدرجة أنه كان بوسعها أن تتفاخر بهذه الإمبراطورية التى لا تغرب عنها الشمس . ولم تكن بريطانيا سيدة البحار فحسب بل كانت أيضاً تحكم جزءاً كبيراً من سطح الأرض وقطاعاً ضخماً من سكان العالم . وكانت دول أخرى ، أيضاً ، تقوم ببناء أساطيل حربية قوية وأساطيل تجارية عظمى . كانت هذه الدول تدعم أنظمة سياسية جديدة وتطور أسواق المستعمرات ، وتستغل مصادر جديدة للمواد الخام . وإلى جانب كل ذلك ، حدثت تغييرات أساسية فى الطبيعة التنظيمية للمجتمع الغربى . وقد ناقش علماء الاجتماع هذه التغييرات بأشكال مختلفة ومن نواح عديدة مثل التشابهات فى التطور العضوى المعقد والانتقال من مجتمع جيمانيشافت Gemeinschaft إلى مجتمع جيزيلشافت المعقد والأكثر تخصصاً

Gesellschaft . والتغير من التضامن الميكانيكى إلى التماسك العضوى ، والتحول من المجتمع الدينى إلى المجتمع العلمانى . وغير ذلك من التغييرات التى لا يتسع المجال لحصرها . وليس هناك شك فى أنه فى مواجهة التعقيد الاجتماعى المتزايد ، كانت الحاجة ملحة لوسيلة اتصال مثل التلغراف الكهربى ، لدرجة أنه كان من الممكن دخوله حيز الاستخدام الفورى والعملى والهام قبل فترة طويلة من تحوله إلى وسيلة شائعة ومتاحة للجميع .

حلم الاتصال الفورى . ظلت فكرة التلغراف الفورى القائمة على مبادىء علم المغناطيسية تتردد لفترة طويلة بشكل أو بآخر . وقد ناقش جيوفانى ديللابورتا صاحب كتاب السحر الطبيعى natural magic نوعاً خاصاً جداً من حجر المغناطيس (وهو نوع من الحديد الذى يتمتع بخواص مغناطيسية) [٢] . وقيل أنه لو صنعت بوصلتان متشابهتان من هذا المعدن الذى يستخدم لمغنطة إبرة البوصلة المغناطيسية لظلتا مرتبطتين معاً بفعل قوة غامضة ، لدرجة أننا لو حركنا إبرة إحدى البوصلتين قسراً لتشير إلى اتجاه معين فإن الأخرى تتحرك فوراً وبطريقة أوتوماتيكية لتشير لنفس الاتجاه بصرف النظر عن المسافة التى تفصل بينهما . وبكتابة الحروف الهجائية على محيط البوصلة ، تتضح الإمكانيات التلغرافية التى يتيحها مثل هذا النظام . ولكن ، من المحزن أن أبحاث العلماء والفلاسفة والمتعلمين عجزت تماماً عن التوصل إلى نوع حجر المغناطيس اللازم لصناعة مثل هذا التلغراف المعجزة المنشود . وظل هذا النوع من الحجر المغناطيسى حلماً صعب المنال ، مثله فى ذلك مثل حجر الفلاسفة القادر على تحويل المعادن الرخيصة إلى ذهب وفضة ، ومثل نافورة الشباب التى تعيد النضارة والحيوية للكهول .

التقدم العلمى فى فهم الكهرباء

ورغم أن أسطورة حجر المغناطيس قد فشلت فى تحويل حلم التلغراف إلى واقع ، إلا أن البحث العلمى المعملى توصل فى النهاية إلى وسائل تتجاوز آمال وأحلام كل الحكماء القدامى . ولقد أمكن التوصل لقدر من الفهم للكهرباء ، فى خلال القرن التاسع عشر ، فى إطار تيار عام من الإنجاز والتقدم فى مجال العلوم الفيزيائية . وقد كان الراديو

نفسه هو أحد النتائج الجانبية لبحث طويل ومستمر وأساسى لطبيعة الطاقة الكهربية .

كذلك فإن النظريات العلمية والبحثية ، التى أدت إلى وسيلة الاتصال هذه ، شغلت حياة عدد كبير من العاملين فى مجال العليم ، وإن لم تتحقق الشهرة أو النجاح المالى أو حتى التكريم العلمى إلا لعدد قليل منهم . إن قائمة المشكلات التى تمكن هؤلاء الناس من حلها هى ، ببساطة ، مذهلة . فالمراهقون الذين يحركون مؤشر الراديو إلى برنامجهم الموسيقى المفضل ، وعمال المصانع الذين يستلقون فى استرخاء مساءً ويشاهدون عروض المصارعة التى يحبونها ، كل هؤلاء يستفيدون من ثمرة قرون من المنجزات العلمية الرائعة التى استنزف الوصول إليها أكثر العقول قدرة على الإبداع ، وأشد العاملين جهداً ومثابرة خلال القرنين الماضيين . ولقد كابد هؤلاء الرواد قائمة لا حصر لها من المشكلات المتعلقة بالمفاهيم ، والمشكلات النظرية والميكانيكية والتقنية ، والتى أتاحت حلولها التوصل لأنظمة الإذاعة التى نتمتع بها اليوم .

ومن بين المشكلات التى كانت تحتاج للحل ، قبل أن يتحول الراديو إلى واقع ، النظرية الأساسية للكهرباء والدوائر الكهربائية الرئيسية ومن بينها التوليد والتوصيل وقياس التيارات الكهربائية . كذلك شملت هذه المشكلات نظريات المجالات الكهرومغناطيسية والملفات والإشعاع الكهرومغناطيسى ورصد ذبذبات التردد العالى . وقد تركزت مجموعة أخرى من المشكلات حول تغيير التيارات الكهربية مثل تحويلها من التيار الترددى إلى التيار المستمر وتكبيرها أو تقويتها . وكانت هناك حاجة لصمامى الإلكترون الثنائى والثلاثى لربط الإرسال الصوتى بنظام النقطة والشرطة الخاص بالتلغراف اللاسلكى . وأخيراً ، كانت هناك المشكلات المتعلقة بالتليفزيون ، وهو نتاج للراديو ، والتى ارتبطت بإرسال نماذج من الضوء والظل ثم استقبالها على شاشة المشاهدة . وكان الإنجاز الأساسى على طريق حل هذه المشكلات هو صمام الفوتوإلكترون photoelectron tube الحساس للضوء والموجود فى قلب كاميرا التليفزيون ، وأيضاً الكينسكوب kinescope وهو الأنبوبة التى تنعكس عليها الصور المرئية . وقد فتح هذان الصمامان الطريق أمام الاستخدام التجارى والواسع للتليفزيون .

عناصر النظرية الكهربائية . إن المبادىء التى تحكم تحويل الصوت أو الضوء إلى

موجات كهرومغناطيسية يمكن إذاعتها فى الفضاء ثم استقبالها وتحويلها مرة أخرى إلى صوت أوضوء ، ترتبط بصميم أسس العلوم الفيزيائية . وبعض هذه المبادىء تحكم طبيعة الحدث نفسه .

والإلكترون هو مفتاح الإرسال والاستقبال الإذاعى والتليفزيونى . وبطريقة مبسطة للغاية ، فإن علماء الفيزياء يرون الإلكترون فى صورة جزىء صغير إلى أبعد الحدود يحمل خاصية الشحنة الكهربية السالبة . والإلكترونات هى ، بالطبع ، أحد الأنواع الرئيسية من الجزىء الذى يكون الذرات . وهناك أنواع أخرى مثل البروتونات وأنواع مرتبطة بها تشكل نواة الذرة . وهذه الجزيئات النووية الدقيقة تحمل شحنات كهربية موجبة تماثل تماماً الشحنات الكهربية السالبة لإلكترونات الذرة . وهذا التوازن للقوى الكهربية المختلفة هو الذى يجمع جزيئات أى ذرة معاً .

إن ذرة أى عنصر من العناصر تحمل عدداً من الإلكترونات والجزيئات الأخرى التى تشكل بنيتها النهائية . وكلما زاد ثقل العنصر ، زاد عدد الإلكترونات فى ذراته . كما أن ذرة أى عنصر تمثل هيكلاً منظماً للغاية من الجزيئات المتوازنة كهربياً كل منها فى مواجهة الآخر بنظام دقيق . إلا أن بعض العناصر توجد بها ذرات تكون إلكتروناتها الخارجية أقل ارتباطاً بهيكل الذرة لأسباب مختلفة .

وبالنسبة لبعض العناصر (مثل النحاس والعديد من المعادن الأخرى) فإن إلكتروناتها يمكن التقاطها أو إضافتها للأجزاء الخارجية من هذه الأنظمة عن طريق عمليات كيمائية أو كهرومغناطيسية ، الأمر الذى يؤدى بالذرة إلى حالة مؤقتة من عدم التوازن الكهربى . وعندما يحدث ذلك ، فإن الذرة تجذب الإلكترون من الذرة المجاورة لها لكى تعوض الإلكترون الذى فقدته . أما إذا كان فى الذرة المزيد من الإلكترونات الإضافية ، فإنها تنقل واحداً منها إلى الذرة المجاورة . وبعد ذلك ، تتصرف هذه الذرة المجاورة بطريقة مماثلة مع ما يجاورها من ذرات وهكذا . وإذا كان العنصر موصلاً جيداً good conductor للكهرباء وفى شكل سلك رفيع وطويل ، فسوف تكون النتيجة هى تدفق التيار الكهربائى عبر السلك . والواقع أنه لا يوجد شىء يتدفق بالطبع ، ولكن عدم التوازن الكهربى المستمر فى ذرات السلك الذى يكون دائرة كهربية يمكن تصوره بهذا الشكل . والبطاريات والمولدات والخلايا الشمسية وغيرها من الوسائل العديدة لديها القدرة على إحداث مثل هذه الاختلالات فى التوازن الكهربى عند طرف السلك .

ويخلق عدم التوازن مصدراً للطاقة فى شكل شحنة كهربية عند الطرف الآخر من السلك . ومن هذه الظاهرة تأتى استخداماتنا المألوفة للطاقة الناتجة عنها . وهى تستخدم للحصول على مجالات مغناطيسية وحرارة وضوء وغير ذلك من مظاهر مثل الراديو والتليفزيون . وإذا كان ما ذكر آنفاً يبدو معقداً ، فإن ذلك يوضح للقارىء الصعوبات التى تم التغلب عليها فى إطار تراكم الأفكار والتكنولوجيا قبل اختراع الراديو .

التكنولوجيا الكهربائية : تطبيقات للنظرية . لقد أثارت ظاهرة الكهرباء دهشة العلماء طوال الفترة ما بين عصر فلاسفة الإغريق القدامى والجزء الأخير من القرن الثامن عشر . فالكهرباء الاستاتيكية كان يمكن الحصول عليها ببساطة عن طريق الاحتكاك . ومع وضع هذا المبدأ فى الاعتبار ، قام العلماء وأصحاب التجارب العلمية بعمل وسائل أكبر وأكبر لتوليد الشحنات الكهربية . قام اليونانيون القدماء بحك قضيب من الكهرمان بقطعة قماش فأدى ذلك إلى توليد تيارات إلكترواستاتيكية تأثيرية ضعيفة ولكن قادرة على جذب كرة خفيفة معلقة فى نهاية خيط . وبعد قرون ، طور علماء أوروبا فى القرن الثامن عشر الجانب الميكانيكى من هذه العملية لدرجة أنهم تمكنوا من توليد شحنات ضخمة من الكهرباء الاستاتيكية باستخدام آلات احتكاك ثقيلة . فقد بنوا أقراصاً ضخمة متحركة مزودة بوسائد من القماش لالتقاط الشحنات الكهربائية . ولقد أذهل هؤلاء العلماء أصدقاءهم بجعل هذه الشحنات تنطلق بشدة وعنف بين نقطتين معدنيتين فيما يشبه البرق لمسافة عدة أقدام . وكانت هذه الآلات قادرة على جذب أجزاء من الخيط أو أشياء أخرى من على بعد يصل إلى ٣٠ قدماً . ورغم ذلك ، فقد كان هؤلاء العلماء ، من الناحية الفعلية ، مازالوا يستخدمون نفس المبدأ الذى أثار دهشة وانبهار اليونانيين القدماء ، كما أنهم ، فى الواقع ، لم يفهموا طريقة عمله . وبينما كانت هذه الأدوات الدرامية تتيح لهم قدراً كبيراً من الترفيه ، إلا أنهم لم يكونوا قادرين على حل المشكلة الحيوية الخاصة بتخزين الكهرباء حتى يمكن استخدامها فى المكان والزمان المطلوبين .

ويبدو أن العديد من الناس قد توصلوا إلى حل بدائى لهذه المشكلة ، فى نفس الوقت تقريباً ، وهو استخدام جرّة مملوءة بالماء حتى منتصفها ومغلقة بسدادة من الفلين يمر من وسطها سلك . وكانت هذه وسيلة لتخزين الكهرباء حيث يغمس أحد طرفى

السلك فى الماء على حين أن الطرف الأخر يوصل بطرف آلة الاحتكاك التى تقوم بتوليد الكهرباء الاستاتيكية . وكان الشخص الذى لا يتوقع غدراً والذى يمسك بطرف السلك الخارج من الجرة يصاب بصدمة أو صاعقة تهز كيانه إذا كانت الشحنة الاستاتيكية التى تم تخزينها فى الجرة كبيرة بدرجة كافية . وقد أطلق على هذه الأداة اسم « جرة ليدن » نسبة إلى المكان الذى اخترعت فيه . وقد استخدمها بنيامين فرانكلين فى تجربته الشهيرة بالطائرة الورقية . فقد نجح بنيامين فرانكلين فى شحن جرة ليدن Leyden Jar باستخدام طائرة ورقية يتم تطييرها فى عاصفة كهربية . ويقال إن أحد طرفى (السلك) خيط الطائرة كان موصلاً بمفتاح مغمور فى الماء . وأظهرت التجربة أن الكهرباء الناشئة عن البرق هى نفسها الكهرباء التى يتم الحصول عليها فى المعمل . أما لماذا لم يصب المستر فرانكلين بصاعقة كهربية فورية ، فهذا مازال لغزاً . ولا ينصح ، بالتأكيد ، بمحاولة تكرار هذه التجربة الشيقة . وفى نهاية الأمر ، حلت بطارية أليساندرو فولتا محل جرة ليدن . وقام مايكل فاراداى وغيره من العلماء بتطوير وسائل أكثر ملاءمة لتوليد التيارات الكهربائية .

التلغراف

كان المغناطيس الكهربى عنصراً رئيسياً فى حركة التكنولوجيا العنيدة والمستمرة نحو اختراع التلغراف الكهربائى . ففى الثلاثينيات من القرن الماضى أصبحت المتطلبات التقنية المختلفة اللازمة للتلغراف الكهربائى فى متناول اليد فى إطار الإمكانيات العلمية لذلك العصر . ولم يعد باقياً فقط سوى تجميعها للحصول على النموذج المطلوب . ولقد داعبت فكرة التلغراف كوسيلة للاتصال خيال الناس وحيرتهم لقرون عديدة . وكانت الحاجة إلى مثل هذه الوسيلة ملحة . وتراكمت القاعدة التكنولوجية لدرجة أنه لم تعد هناك مشكلة أساسية تستعصى على الحل .

ويبدو أن عدداً من الأشخاص وضعوا أيديهم فى نفس الوقت على مشروع أو آخر يمكن أن يعد تلغرافاً عملياً . . ولكن ، انتصر اختراع الأمريكى صمويل ف . ب . مورس وسادت الأنظمة التى صممها . لم يكن مورس عالماً ، بل كان رساماً للبورتريه . وفى إطار بساطته العلمية ، يبدو أنه توصل بالصدفة إلى حلول لصناعة التلغراف ، وهى

حلول اعتبرها العلماء إمكانيات غير محتملة . وقد أنشأ مورس ورشة فى أحد مبانى جامعة مدينة نيويورك حيث كان يعمل أستاذاً للأدب والتصميم الفنى . وفى هذه الورشة ، كان مورس يقوم بعمل أشياء عديدة لمجرد شغل وقته . وكان من حين لآخر يطلب نصيحة العديد من أصدقائه العلماء الذين كانوا يشكون فيما يفعله . وفى نهاية الأمر ، توصل مورس فى هذه الورشة إلى نظام للتلغراف أتاح له نقل الرسائل لمسافة ١٠ أميال ، وذلك باستخدام السلك الملفوف حول نفسه .

وعلى الفور ، تقدم مورس بطلب للحصول على منحة حكومية تمكنه من إكمال جهازه . وبعد الكثير من التلكؤ والتردد والتأخير ، قامت الحكومة الفيدرالية ، فى نهاية الأمر ، بتمويل خط تلغرافى بين واشنطن (العاصمة) ، وبولتيمور . وانتقلت الرسالة التاريخية (فما أبدع صنع الله What hath God wrought) بين المدينتين فى يوم ٢٤ مايو عام ١٨٤٤ . ودخل العالم عصر الاتصال الكهربى الفورى . وأخذ حلم جيوفانى دى لابورتا يتحقق تدريجياً . وأصبح كل ما هو مطلوب هو التخلص من الأسلاك والاستغناء عنها .

مبدأ الملكية الخاصة . بعد فترة أولية من الصعوبات والتردد والخسارة المادية ، أصبح التلغراف الكهربائى مقبولاً تدريجياً لدى رجال الأعمال والعسكريين والجماعات الأخرى . وسرعان ما امتدت الأسلاك الرفيعة إلى معظم المراكز السكانية الكبرى . وأهدرت الحكومة الفيدرالية ، التى قامت بتمويل خط التلغراف الأصلى بعيد المدى ، فرصة السيطرة على براءات الاختراع وتخلت عن كل حقوقها لتصبح هذه البراءات ملكاً للشركات الخاصة ، ومورس هو أكبر حامل أسهم فيها . وتركت مسئولية تطوير وسيلة الاتصال هذه للمشروعات الخاصة . ومن الواضح الآن أن فشل الحكومة فى أن تبقى نفسها فى مجال تجارة التلغراف قد أرسى سابقة احتذى بها بعد ذلك فى الولايات المتحدة ، وشكلت بمقتضاها الملكية الخاصة لوسائل الاتصال العامة شرطاً أساسياً فى تحديد نوع المضمون الذى يستمتع به جمهور وسائل الإعلام المسموعة الآن . وكان هذا التحول الغامض وغير الواضح لمجريات الأمور هو الذى شكل حلقة هامة فى سلسلة تطور وسائل الإعلام فى هذا البلد (الولايات المتحدة) ، فقد ظهر التليفون بعد ذلك ثم التلغراف اللاسلكى ثم التليفون اللاسلكى ، وفى النهاية الإذاعة . ولكن الحكومة

الفيدرالية لم تعد على الإطلاق منافساً خطيراً للسيطرة على حقوق وامتيازات هذه الوسائل (رغم أنها حصلت ذات يوم على حق امتياز الراديو ولكنها تخلت عنه) . ومما لاشك فيه أن هذا الوضع لم يكن هو السائد فى بلدان أخرى .

عبور المحيطات . بعد التغلب على مشكلات مالية وتقنية هائلة ، تم مد الكابلات عبر المحيط الأطلنطى على أيدى سايروس فيلد . وفى يوم ٢٧ يوليو عام ١٨٦٦ ، عبرت رسالة البحر العظيم بسرعة لا تصدق . وفى خلال فترة قصيرة جداً من الوقت ، امتدت شبكات الكابلات تحت مياه المحيطات لمناطق السكان الرئيسية فى العالم . وبحلول عام ١٨٧٦ ، نجح ألكسندر بل ، ومساعده النابغة ، فى نقل الصوت الإنسانى عبر الأسلاك الكهربائية . وتزايد بسرعة إيقاع التراكم الحضارى فى مجال تكنولوجيا الاتصال . وسرعان ما بدأت تضيق الفجوة الحضارية بين تكنولوجيا الاتصال والتنظيم الاجتماعى المعقد . ومن التلغراف والتليفون ، كانت الخطوة قصيرة وطبيعية للغاية نحو إزالة الأسلاك للوصول إلى التلغراف اللاسلكى وفى النهاية التليفون اللاسلكى .

التلغراف اللاسلكى

وفى أثناء عملية تطوير التلغراف والتليفون ، كان العلماء من أمثال فولتا وأمبير وهنرى وفاراداى وماكسويل وهيرتز يعملون بشكل متواصل لفهم الطبيعة الأساسية للكهرباء . ولقد سمح نمو نظرية متزايدة التعقيد بالوصول إلى تكنولوجيا تتقدم بشكل مطرد لتوليد وتخزين وقياس ونقل وتحويل الطاقة الكهربية وتسخيرها فى استخدامات مختلفة . وعلى طول فترة الحرب الأهلية الأمريكية تقريباً ، توصل جيمس ماكسويل فى اسكوتلندا إلى نظرية رياضية للموجات الكهرومغنطيسية الغامضة التى كان من المفروض أنها تنتقل بسرعة الضوء . وفى عام ١٨٨٨ ، أثبت الشاب الألمانى هنريش هيرتز الوجود الفعلى لهذه الموجات وصمم جهازاً معملياً لتوليدها واكتشافها . وأصبح العالم العلمى مهتماً للغاية بهذه الظاهرة . وأجريت التجارب بالموجات الهيرتزية فى معامل دول عديدة .

أداة ماركونى . فى بداية التسعينيات من القرن الماضى ، عرف جوليلمو ماركونى ، فى

إيطاليا ، وكان حينئذ فى العشرين من عمره ، الدراسات التجريبية للموجات الهيرتزية والجهاز المستخدم لتوليدها واكتشافها . وفكر ماركونى بشكل منطقى فى أنه إذا أمكن زيادة مدى هذه الموجات لأبعد من مئات الأقدام القليلة التى تصل إليها بالوسائل المعملية ، فإن الإشارات الشفرية أو الكودية يمكن أن تنتقل معها فيما يمكن وصفه بنوع جديد من التلغراف بدون أسلاك . ودون إبطاء أو تردد ، اشترى ماركونى جهازاً وبدأ تجاربه . وأرسل إشاراته عبر الحديقة فى ضيعة والديه . ورغم أن ماركونى لم يكن عالماً ، إلا أنه كان مجرباً خصب الخيال ونجح فى تعديل وتطوير الجهاز المعملى وتقويته لدرجة أنه أصبح قادراً على إرسال رسائل بالنقطة والشرطة لمسافة تصل إلى حوالى الميل . وأصبح جهازه هو أول تلغراف لاسلكى .

لم يكن الهدف من جهاز ماركونى هو التقدم العلمى على الإطلاق أو دفع العلم البحت إلى الأمام . بل كانت لتجاربه أهدافاً عملية وتجارية فورية وليست نظرية أو علمية . وقد هرع ماركونى إلى انجلترا فى عام ١٨٩٧ ليسجل براءة اختراعه للتلغراف اللاسلكى الذى كان بالضرورة نظاماً لوسائل وأدوات معملية معروفة تماماً تم تركيبها على نطاق واسع للغاية لإرسال واستقبال الموجات الهيرتزية بالنقط والشرط الخاصة بشفرة تلغراف مورس .

> وكانت هناك دهشة واضحة بين العلماء عندما علموا أن معداتهم فى المعمل قد وجدت طريقها إلى مكتب براءات الاختراع . وكان قليلون من هؤلاء العلماء فقط مثل كروكس ، وسير أوليفيه لودج ، وإرنست راذرفورد هم الذين فكروا فى الفائدة العملية للتلغراف اللاسلكى .

تحقيق الحلم القديم . وسرعان ما صنع ماركونى أجهزة أكبر وأكبر تصل إلى مسافات أبعد . وفى النهاية ، أمكن له عبور الأطلنطى برسائله اللاسلكية . ورغم أن ما فعله ماركونى ربما لا يكون قد أضاف الكثير للعلم البحت ، إلا أنه يمثل بالفعل إحدى أهم الخطوات على طريق تطور الراديو كوسيلة فورية للاتصالات بعيدة المدى . فقد أصبح حلم ديلابورتا حقيقة . وأخرج ماركونى الثمرة النهائية ، لأكثر من قرن كامل من البحث العلمى ، من المعمل ووضعها فى أيدى جماعات كانت تحتاج بشدة لوسيلة للاتصال السريع عبر المسافات الطويلة .

لقد جاء ماركونى من إيطاليا لانجلترا لأنه كان يعتقد أن انجلترا ، بأسطولها التجارى ، ستكون هى أفضل سوق للاكتشافات التى توصل إليها [٤] . فاللاسلكى لم يكن وسيلة اتصال شائعة فى ذلك الحين . وبحلول العقد الأول من القرن الجديد (١٩٠٠ - ١٩١٠) ، أصبح فى أيدى الأوساط التجارية والعسكرية والحكومية وسيلة لنقل المعلومات السرية . وكان التلغراف اللاسلكى ملائماً ، على وجه الخصوص ، للاستخدام على السفن التى تستطيع أن تحمل جهازه الضخم والثقيل . أما بالنسبة للعامة من الناس ، فقد عرفوا بأمر التلغراف اللاسلكى عن طريق ما كانوا يقرأونه فى الصحف من حين لآخر . ولم تتبادر لمخيلتهم على الإطلاق فكرة أنه قد يأتى اليوم الذى يستخدمون فيه هذا الجهاز فى بيوتهم ، أو أنه قد يبدأ فى تغيير حياتهم العائلية الروتينية واليومية .

من التلغراف اللاسلكى إلى التليفون اللاسلكى

عندما أثبت الراديو قدرته على أداء المهمة التى تصورها ماركونى وغيره ، بدأت الدوائر الاقتصادية القوية تتحمل أعباء ومسئوليات تطويره . وسرعان ما ظهر منافسون أقوياء لشركتى ماركونى البريطانية والأمريكية . ولم تضيع المؤسسات البحرية الوقت للبلدان القوية التى سارعت إلى استخدام اللاسلكى . واكتشفت الشركات الملاحية ، أخيراً ، الوسائل العملية للبقاء على اتصال بالسفن فى عرض البحر . وعندما كانت السفن المزودة بجهاز اللاسلكى تصطدم بجبال الجليد أو ما يشبه ذلك من صعوبات ، فإنها كانت تبعث برسائل استغاثة إلى السفن الأخرى المزودة بالجهاز لكى تأتى لنجدتها . وقد لفتت مثل هذه الأحداث انتباه عامة الناس بشدة . وفى نفس الوقت ، واصلت تكنولوجيا الراديو تقدمها . ودارت معارك قانونية حول الاختراع بعد الاختراع بينما كان رواد الراديو يقومون بتحسين إمكانياته وقوته والمسافة التى يصل إليها ووضوح الرسائل اللاسلكية . وحاولت المؤتمرات الدولية وضع قواعد تحكم إرسال واستقبال الرسائل . وقامت الجهات التجارية والبحرية ببناء المئات من محطات الشواطىء على طول السواحل . وفى خلال السنوات التى سبقت الحرب العالمية الأولى مباشرة ، أصبح التلغراف اللاسلكى وسيلة

تجارية واسعة الانتشار ، حيث بدأت بالفعل فى سد الفجوة الحضارية الكبرى بين تكنولوجيا الاتصال وتطور التنظيم الاجتماعى المعقد والمنتشر على نطاق واسع . ورغم ذلك ، فلم يكن هناك من كان يفكر فى هذه الوسيلة كإحدى وسائل الاتصال التى يستخدمها الأفراد العاديون فى المجتمع .

نقل الصوت البشرى

كانت الخطوة التالية هى نقل الصوت البشرى باللاسلكى حيث كان عدد من المخترعين والعلماء يعملون لتحقيق هذه الفكرة ، والواقع أن نقل الصوت البشرى لم يكن بالمشكلة العويصة التى تستعصى على الحل . فنظام اللاسلكى ذو النقطة والشرطة الذى كان موجوداً بالفعل ، قد تم تطويره بالطريقة التى كانت قادرة من الناحية التقنية على استقبال مثل هذه الإذاعات إذا ما دمجت بالشكل الملائم فى الإشارة المرسلة . وفى عشية الكريسماس عام ١٩٠٦ ، سمع مسئولو اللاسلكى على متن السفن التى كانت تمخر عباب المحيط الأطلنطى أمام سواحل الولايات المتحدة أول صوت بشرى يتحدث إليهم عبر السماعات فلم يصدقوا آذانهم .

فقد أعد رينالد فيسندن جهازاً يسمح بإذاعة إشارات لا نهاية لها وأكثر تعقيداً من تلك الإشارات ذات النغمة الواحدة والخاصة بالنقطة والشرطة . كما صنع أيضاً جهاز إرسال قوياً للغاية لكى يستخدمه فى تجاربه . وقد تحدث أشخاص عديدون عبر اللاسلكى فى تلك الأمسية الحافلة . فألقى أحدهم خطاباً وقرأ الآخر قصيدة شعرية وقدم ثالث عزفاً على الكمان . وأصبح التليفون اللاسلكى حقيقة واقعة .

ورغم نجاح فيسندن المبكر مع التليفون اللاسلكى ، إلا أن الأمر احتاج لسنوات عديدة قبل أن يستمع الأمريكيون بشكل منتظم لبرامج الراديو فى بيوتهم . لقد كان هناك اهتمام شعبى متزايد بالراديو . وفى نفس ذلك العام (١٩٠٦) ، تم اكتشاف أن العديد من المواد المعدنية قادرة على تلقى إرسال الراديو إذا استخدمت فى دائرة بسيطة للغاية . وأمكن صناعة جهاز استقبال للراديو رخيص للغاية وهو « جهاز الاستقبال البللورى » الذى كان بوسع أى شخص تقريباً أن يصنعه باستخدام أبسط المهارات والمعلومات الفنية

والميكانيكية . كانت تكاليف أجزاء هذا الجهاز لا تذكر . وكان معنى ذلك أن الناس فى جميع أنحاء البلاد ، بما فى ذلك صغار السن ، يمكنهم الاستماع إلى الإشارات المرسلة فى الهواء بالشفرة . وبمجرد معرفة الكود أو الشفرة ، كانت اللعبة تصبح متعة كبرى ولا يعرفون متى يسترقون السمع أو يتصنتون على إشارة استغاثة من سفينة تغرق فى منتصف المحيط .

> وهكذا فإنه فى الوقت الذى كان من الضرورى تعليم الناس عن احتمالات الراديو ، جاء جهاز الكريستال الكفء الذى يكتشف الموجات الكهرومغناطيسية ليزيد من نجاح صناعة الراديو . وقد كان لإشارات مورس جاذبية كبرى لدى الصبية والشباب الذين كانوا يستطيعون التقاط الموسيقى والكلمات المذاعة أحياناً من الأثير . وهكذا نشأ جيش حقيقى من المتحمسين للعلوم الجديدة . فقد كان الأولاد يهوون اللهو وإجراء التجارب فى الكيمياء والميكانيكا ، وها هو الراديو يتيح لهم فرصة العمر (*) .

ولقد جاء العقد الأول من القرن الجديد معه بالعديد من التحسينات والتطويرات والتنقيحات والأفكار الجديدة الهامة . لكن أحد هذه الأشياء هو الذى أحدث ثورة فى مجال الإذاعة بالراديو بل وقدمت أيضاً أساس صناعة الإلكترونيات ، التى جاءت بعد ذلك ، بأسرها . كان المخترع هو لى دى فورست الذى أطلق على اختراعه اسم أوديون audion . وبـاللغة الفنية غير المفهومة فى تلك الأيام الأولى للراديو ، كان يطلق عليه اسم « صمام » ، أما اليوم فنحن نسميه الصمام المفرغ "vacuum tube" . وقد تم استبداله منذ ذلك الحين بالوسائل المصمتة التى تؤدى نفس المهمة تقريباً solid state devices . كان صمام دى فورست « الأوديون » هو العنصر الأساسى فى مكبر الصوت الإلكترونى الذى كان بوسعه تكبير وإذاعة واستقبال إشارات الراديو . وبعد تطويره ، سمح بنقل الصوت البشرى إلى كافة أنحاء الكرة الأرضية . وأصبحت أجهزة استقبال الراديو يعتمد عليها إلى حد بعيد . وتحسن وضوح الاستقبال . ثم توالت التحسينات والتنقيحات . وأدت دائرة الهتروداين heterodyne circuit ودائرة السوبرهتروداين superheterodyne إلى حدوث تحسن كبير فى الاستقبال . وأصبح جهاز الراديو صغيراً وخفيفاً ويمكن حمله بعد أن كان ضخماً ثقيلاً ولا تستطيع أن تنقله إلا السفن . والحقيقة ، أنه فى خلال الحرب العالمية الأولى ، تم بنجاح تركيب أجهزة التليفون

اللاسلكى فى الطائرات وذلك من أجل إبلاغ بطاريات المدفعية على الأرض بمدى دقة تصويب النيران .

الملكية الخاصة ودافع الربح

بشكل ما ، كانت الملكية الخاصة ودافع الربح من الأمور الاجتماعية المحيطة بظهور الراديو والمثيرة للحيرة . فقد عملا على تسهيل ثم عرقلة تطوير وسيلة الاتصال الوليدة . وكان كل اختراع ، كبيراً أو صغيراً ، يتم تسجيله على الفور فى الولايات المتحدة وبريطانيا وغيرها من الدول . وقد أصبح من المستحيل تقريباً عمل التحسينات المطلوبة فى مكونات الراديو أو تسويق المعدات التى تم تحسينها دون الوقوع فى مشكلات قانونية مريرة حول حقوق الامتياز وبراءات الاختراع . وفى الحقيقة ، فإن جميع الرواد الكبار للراديو ، ابتداء من ماركونى ، وجدوا أنفسهم يصارعون بعضهم البعض الآخر فى المحاكم . فقد اعتقل « لى دى فورست » وهو أحد المخترعين الرئيسيين لمكونات الراديو الأساسية ووجهت إليه تهمة الاحتيال . وكانت المشكلة ، بالطبع ، أن هناك ثروات يمكن جمعها من وراء اللاسلكى . وكانت المنافسة مشتعلة حول توظيف واستثمار الاختراعات الهامة من خلال منح حقوق استغلالها .

وفى نفس الوقت ، فإن ملايين الدولارات قد أنفقت من جانب الأفراد والمؤسسات لمساعدة المخترعين فى تحسين أفكارهم لدرجة أنها تحولت إلى وسائل قابلة للتسويق . وفى التحليل النهائى ، فإن هذا الدعم المالى للبحث قد كان بمثابة تعويض عن العديد من الصراعات التى ولدتها للراديو مفاهيم الملكية الخاصة والربح المشترك والاستغلال التجارى .

ولقد أدت الحرب العالمية الأولى إلى ظهور حاجات عسكرية ملحة لتحسين أنظمة الراديو . ولم ينتج عن هذه الحرب التنظيم الجديد والطاقة البشرية والأموال اللازمة لمعالجة المشكلات التقنية فقط ، فقد كان لها أيضاً تأثير هام آخر . . فكل الدعاوى القضائية الخاصة ببراءات الاختراع تم تجميدها طوال فترة الحرب . وقد كانت الحكومة الفيدرالية تسيطر سيطرة تامة على الصناعة الوليدة ، وأدت هذه السيطرة المركزية إلى

جهود تعاونية جديدة فى مجال التقدم التقنى الذى كان سيستغرق وقتاً أطول فى ظروف السلم .

الصندوق الموسيقى أو الراديو

بزغ بسرعة نجم مهندس راديو شاب يدعى ديفيد سارنوف فى صفوف شركة ماركونى الأمريكية . وقد حقق شهرة كبيرة فى أثناء غرق السفينة المشئومة « تيتانيك » عندما شطرها جبل جليد وهى فى وسط المحيط الأطلنطى . وقد ظل سارنوف أمام مفاتيح تلغرافه فى إحدى محطات الراديو بمدينة نيويورك ليقوم بحل شفرات الرسائل القادمة من موقع الكارثة . ولمدة ثلاثة أيام بلياليها ، ظل يحيط الرأى العام المصاب بالهلع بتطورات الحادث المأساوى . وبعد ذلك ، انتقل من منصبه إلى مواقع أكثر أهمية بالشركة . وفى عام ١٩١٦ ، بعث سارنوف بمذكرة لرؤسائه . وقد كان تأثير هذه المذكرة ، التى أصبحت شهيرة الآن ، مماثلاً بشكل ما لما فعله بنيامين داى للمطبعة قبل قرن من الزمان . فقد أظهرت وسيلة مربحة اقتصادياً يمكن من خلالها استخدام الراديو كوسيلة للاتصال الجماهيرى بالنسبة للعائلات العادية . ورغم أن الشركة لم تعمل على الفور بنصيحة سارنوف ، إلا أنه نجح فى التنبؤ بالملامح الرئيسية للاسلكى كوسيلة اتصال جماهيرية عندما كتب يقول :

> لدى خطة فى ذهنى للتطوير الذى يمكن أن يجعل اللاسلكى أداة منزلية مثله فى ذلك مثل البيانو أو الفونوغراف . والفكرة ببساطة هى توصيل الموسيقى للمنازل باللاسلكى .
>
> ورغم أن محاولة من هذا النوع قد تمت فى الماضى باستخدام الأسلاك إلا أنها فشلت لأن الأسلاك لم تكن ملائمة لهذا المشروع . ولكن مع الراديو سيكون الأمر ممكناً تماماً . فعلى سبيل المثال ، إذا كان مدى جهاز الإرسال التليفونى باللاسلكى يصل إلى مسافة تتراوح بين ٢٥ و٥٠ ميلاً ، فإنه يمكن وضعه فى نقطة معينة حيث تصدر الموسيقى الآلية أو الصوتية أو كلتاهما . أما جهاز الاستقبال ، فيمكن تصميمه على شكل صندوق موسيقى باللاسلكى (راديو) Radio Music Box ويجهز لاستقبال العديد من الموجات ذات الأطوال المختلفة التى يمكن تغييرها بمفتاح تحويل

أو بالضغط على زر واحد .

ويمكن تزويد صندوق الموسيقى اللاسلكى (الراديو) بصمامات وميكروفونات لتكبير الصوت التى يمكن وضعها كلها فى صندوق واحد . ويمكن وضع هذا الصندوق فوق مائدة فى الردهة أو غرفة المعيشة حيث يمكن استقبال الموسيقى المذاعة .

ونفس المبدأ يمكن تطبيقه على العديد من المجالات الأخرى مثل تلقى المحاضرات فى المنزل والتى يمكن سماعها بوضوح تام . وكذلك الأحداث ذات الأهمية القومية التى يمكن إعلانها وتلقيها بشكل فورى . كما يمكن نقل أهداف مباريات البيسبول عبر الأثير باستخدام إحدى وحدات الإرسال فى الملعب . ونفس الشىء ينطبق على المدن الأخرى حيث سيكون الأمر شيقاً بوجه خاص للفلاحين وغيرهم ممن يعيشون فى المناطق الأخرى خارج المدن حيث سيكون بوسعهم بعد شراء صندوق الراديو الاستمتاع بالحفلات الموسيقية والمحاضرات والموسيقى والروايات . . إلخ . ورغم أننى أوضحت القليل من مجالات الاستفادة الأكثر احتمالاً لمثل هذه الوسيلة ، إلا أن هناك مجالات عديدة أخرى يمكن تطبيق نفس المبدأ عليها [٦] .

ولو كان سارنوف قد أضاف الإعلانات التجارية والتمثيليات لكان وصفه للراديو كوسيلة اتصال جماهيرية قد أصبح مكتملاً تقريباً . وفى خلال عشر سنوات ، تطور الراديو إلى وسيلة اتصال للاستعمال المنزلى ، وكان ذلك تقريباً وفقاً لما تصوره ديفيد سارنوف بالحرف الواحد . إن اقتراح سارنوف بتطبيق تكنولوجيا الراديو الموجودة بالفعل على هذا الاستخدام الخيالى والجديد والعملى فى نفس الوقت ، يرقى من حيث بعد النظر ونفاذ البصيرة إلى مستوى فكرة ماركونى الخاصة بإخراج الوسائل المعملية واستخدامها كتلغراف لاسلكى . وقد لعب سارنوف نفسه دوراً كبيراً فى إحداث هذا التحول . وفى خلال فترة قصيرة أصبح مديراً لشركة جديدة فى مجال الراديو وأصبح قادراً على تحويل حلمه إلى حقيقة .

قضية السيطرة

ولقد بذلت محاولات واهنة لإدامة واستمرار السيطرة الحكومية على اللاسلكى قرب نهاية الحرب العظمى ولكنها سحقت ومنيت بالهزيمة فى مواجهة صرخات المصالح الخاصة . وكما سمحت الحكومة الفيدرالية بأن تكون السيطرة على التلغراف فى أيدى القطاع

الخاص ، فإنها أيضاً قامت بتسليم هذه الوسيلة الجديدة للاتصال الجماهيرى (الراديو) إلى المصالح التجارية . وبهذه الخطوة ، تم تعريف الراديو بأنه ساحة للمنافسة التجارية على عكس ما كان ينظر إليه به من قبل كوسيلة اتصال جماهيرية تقوم بتشغيلها وتشرف عليها منظمات الحكومة . وقد كان لهذا القرار آثار وعواقب بعيدة المدى مازلنا نعيش بها حتى اليوم . كما وضعت مجتمعات أخرى تعريفات مختلفة بخصوص السيطرة على الإذاعة . كما طرحت الأنظمة الإذاعية التى تطورت فى بلدان مثل بريطانيا العظمى والاتحاد السوفيتى وغيرهما نقيضاً كاملاً لمثيلاتها التى طبقت فى الولايات المتحدة . وليس معنى ذلك القول أن تلك الأنظمة كانت أفضل ، فقد كانت مختلفة تماماً بسبب القرارات والأحداث التاريخية .

وبمجرد زوال السيطرة الحكومية على الإذاعة ، بدأت المؤسسات التجارية البريطانية والأمريكية ، والتى ازدهرت فى خلال الحرب ، تحارب كل منها الأخرى للفوز بهذه السيطرة . وفى النهاية ، اشترت شركة جنرال إلكتريك الأسهم البريطانية فى شركة ماركونى الأمريكية وكونت شركة جديدة باسم وطنى (من الواضح أنه كان يهدف إلى إزالة المخاوف من السيطرة الأجنبية) وتمكنت شركة أمريكا للراديو الجديدة (R. C. A) من دمج عدد من مؤسسات براءات الاختراع المتصارعة وأعطت السيطرة على التلغراف اللاسلكى والإذاعة بالراديو فى الولايات المتحدة لحملة الأسهم من الأمريكيين . وفى عام ١٩١٩ ، تم تعيين ديفيد سارنوف الذى تنبأ بصندوق موسيقى الراديو كأول مدير تجارى لهذه الشركة .

بدء الإذاعة المبرمجة

بعد فترة قصيرة من الحرب العالمية الثانية ، حاولت شركة وستنجهاوس ، وهى شركة أمريكية كبرى لصناعة المعدات الكهربائية ، أن تدخل إلى مجال التلغراف اللاسلكى الدولى . ولم تكن وستنجهاوس ناجحة بشكل خاص أو استثنائى ، وكان سبب ذلك يرجع إلى حد كبير لمنافستها شركة أمريكا للراديو (R. C. A) التى كانت تمتلك معظم براءات الاختراع الهامة . ورغم ذلك ، فإن بعض مديريها كانوا مهتمين بمجال التلغراف اللاسلكى الجديد . وقامت الشركة بأبحاث ضخمة فى هذا المجال . وكان

الدكتور فرانك كونراد مسئولاً عن التجارب فى مجال أجهزة الإرسال القومية والجديدة من هذا النوع . وبالنسبة لعمله ، فإنه لم يقم بصناعة جهاز إرسال كهذا لأغراض التجارب فى معامل وستنجهاوس فقط ، فقد شيّد واحداً فى بيته فوق جراج سيارته حتى يمكنه مواصلة عمله فى الليل . وقد حصل على ترخيص رسمى لجهاز إرساله بعد حوالى عام ـ فى أبريل سنة ١٩٢٠ تحت اسم محطة ٨ إكس كى (8XK) . وبدأ كونراد يذيع إشارات خلال ساعات المساء فى أثناء عمله فى جهازه وذلك فى محاولة لتحسين تصميمه . وسرعان ما وجد أن الناس فى المنطقة يستمعون لإشاراته باستخدام أجهزة استقبال الهواة التى لديهم . وكان ذلك فى البداية بمثابة النعمة لأن خطابات وبطاقات والمكالمات التليفونية لهؤلاء المستمعين أوضحت له المدى الذى يصل إليه إرساله ودرجة وضوح هذا الإرسال . ورغم ذلك ، فقبل مرور وقت طويل ، بدأت دائرة مستمعيه الهواة تتحول إلى نقمة . فقد بدأ مستمعوه يطلبون منه إذاعة أغنيات خاصة وكانوا حتى يطلبونه فى أوقات غريبة وغير ملائمة ليطلبوا منه إذاعة تسجيلاتهم المفضلة . وحل الدكتور كونراد هذه المشكلة عن طريق تنظيم إذاعته . وبالتعاون مع أحد العاملين فى مجال الفونوغراف بالمنطقة ، وأصبح بوسعه أن يقدم ساعتين متواصلتين من الموسيقى خلال أمسيتين من كل أسبوع . وقد تزايد عدد المستمعين بسرعة وانضمت أسرة الدكتور كونراد بحماس إلى اللعبة لتصبح هى أول نادٍ للموسيقى .

تنشيط بيع الأجهزة . أدى كل هذا النشاط إلى زيادة الطلب على أجهزة الاستقبال فى المنطقة . وأصبح من الواضح بشكل متزايد أن صناعة مثل هذه الأجهزة للاستخدام المنزلى يمكن أن تدر ربحاً مالياً . ولم تغب هذه الإمكانيات التجارية عن انتباه المسئولين بشركة وستنجهاوس حيث قرروا إقامة محطة إرسال ضخمة فى « إيست بيتسبرج » بهدف تنشيط مبيعات أجهزة الاستقبال المنزلى التى يقومون بصناعتها ، وأيضا مبيعات الأجزاء والمكونات التى يستخدمها الهواة فى عمل أجهزتهم الخاصة . وكانت هذه هى الطريقة التى ظهرت بها إلى الوجود محطة كى . دى . كى . إيه (K. D. K. A) فى بيتسبرج فى عام ١٩٢٠ .

ومع أن ديفيد سارنوف كان هو الذى تنبأ قبل سنوات عديدة بصندوق موسيقى الراديو ، إلا أن قرار هارى ديفيز نائب رئيس شركة وستنجهاوس كان بالتحديد بمثابة

شهادة الميلاد بالنسبة للاستخدام التجارى لجهاز الراديو المنزلى . فقد رأى أن إنشاء محطة إرسال منتظمة ، تديرها الشركة التى تصنع أجهزة الاستقبال ، سيؤدى إلى تحقيق أرباح كافية فى مبيعات أجهزة الاستقبال لتغطية نفقات تشغيل المحطة . ورغم أن هذا الأساس المالى للإذاعة قد استبدل منذ وقت طويل ببيع فترات البث الإذاعى للإعلان ، إلا أنه كان فى ذلك الحين أساساً عملياً بكل ما فى الكلمة من معنى لكى ينطلق منه الراديو كوسيلة إعلام للاستخدام المنزلى .

وقد أعلن وقتئذ أن هذه المحطة الإذاعية سوف تذيع على الهواء مباشرة نتائج انتخابات الرئاسة عام ١٩٢٠ . وكان الهدف من ذلك هو تنشيط وتشجيع الاهتمام بالمحطة الجديدة وبالطبع لترويج مبيعات أجهزة الاستقبال أيضاً . كانت المحطة تتلقى الأخبار الهامة تليفونياً من إحدى الصحف القريبة وكانت تذيع النتائج فى مساء يوم ١١ نوفمبر بمجرد وصولها إليها . وقد استمع جمهور يقدر عدده بحوالى ألف وخمسمائة مستمع على الهواء لإعلان فوز وارين هاردينج رئيساً للولايات المتحدة الأمريكية . وقد كان هذا الحدث نجاحاً هائلاً للإذاعة .. وتحول حلم ديفيد سارنوف إلى حقيقة .

تزايد الاهتمام العام . كانت تجربة بيتسبرج ناجحة لدرجة شجعت الآخرين على إنشاء محطات أخرى بسرعة . وبدأت محطات البث تقدم إذاعات منتظمة فى نيويورك عام ١٩٢١ . وتبعتها محطات أخرى فى نيوآرك وغيرها من المدن الأمريكية . وهكذا ، سرعان ما ظهر منافسون عديدون لوستنجهاوس . وتزايد الاهتمام العام بالراديو واشتعل الإقبال على الإشارات الجديدة التى ترسل فى الهواء نظراً لبريق وإثارة التاريخ القصير للراديو . وقد ساهمت فى هذا الاهتمام الهائل القصص الدرامية لحالات الإنقاذ فى البحر ورحلات الطيران الشجاعة عبر القفار والفيافى باستخدام الهاتف اللاسلكى وصراعات الشركات العملاقة للسيطرة على التلغراف اللاسلكى . ولقد تحول هذا الاهتمام الكامن بالراديو إلى هيستريا حقيقية فجأة عندما بدأت محطات الإرسال تذيع فترات منتظمة من الموسيقى والأغنيات التى يستطيع الناس استقبالها فى مدنهم . وبدأت أصوات عامة الناس ترتفع للمطالبة بالراديو . وبحلول عام ١٩٢٢ ، كانت شركات تصنيع أجهزة الاستقبال عاجزة تماماً عن تلبية الطلبات الواردة إليها . وتم بناء محطات إذاعة جديدة فى أوقات قياسية . وخلال النصف الأخير من عام ١٩٢١ ، صدرت ترخيصات لإنشاء ٣٢ محطة

جديدة . ولكن فى النصف الأول من عام ١٩٢٢ ، ارتفع هذا الرقم إلى ٢٥٤ محطة !! وانطلق الراديو كوسيلة إعلام جماهيرية رغم أن مشكلات عديدة كانت لاتزال تحتاج للحل مثل الأساس المالى ، ومضمون المواد المذاعة والأداء التقنى أو الفنى لهذا الجهاز .

مشكلات التداخل والتمويل

لقد ظهرت إحدى المشكلات الأولى التى واجهها جهاز الراديو المنزلى بسبب شعبيته . فهناك عدد محدود من الترددات المتاحة والملائمة للإذاعة . . فى البداية ، لم تبذل أى محاولات سواء من جانب الحكومة أو الجماعات الخاصة لتنظيم الترددات (الموجات) التى تستطيع محطات البث والإرسال فى منطقة ما استخدامها . ولم يحدد قانون الراديو الصادر فى عام ١٩١٢ الترددات التى تستخدمها محطات الإذاعة الخاصة . واختار وزير التجارة ، الذى كان يصدر تراخيص مختلف محطات الإرسال الجديدة ، ترددين هما ٧٥٠ كيلوسيكل و٨٣٣ كيلوسيكل وحدد أحد هذين الترددين لجميع المحطات .

صراع على القنوات الإذاعية وتنافس بين محطات الإرسال . ومع التزايد السريع لعدد محطات الإرسال ، ظهرت أمثلة مزعجة للتداخل بين هذه المحطات حيث كان إرسال إحدى المحطات يتداخل مع إرسال محطة أخرى تعمل بالقرب منها . وهذا النوع من التداخل لم يكن من السهل السيطرة عليه . وتوصلت محطات عديدة إلى اتفاقات غير رسمية لاقتسام الوقت المتاح للإرسال . لم تكن هناك سلطة قانونية يمكن أن تحدد المواقع المختلفة على نطاق الذبذبات أو أطوال الموجات الإذاعية لكل محطة ، وتفرض الالتزام بهذا التحديد . ومن الواضح ، أن مثل هذه المشكلة كان لا يمكن علاجها إلا من خلال جهة حكومية . ولكن لم يكن هناك قرار سواء من الكونجرس أو الدولة بخصوص إنشاء مثل هذه الجهة الإشرافية . وكانت وزارة التجارة تصدر التراخيص لتشغيل محطات الإرسال ولا تفعل أكثر من ذلك . وهكذا ، بدأت الفوضى تتزايد بسبب غياب الإشراف أو السيطرة على هذه المشكلة الفنية .

وفى نفس الوقت ، كان الراديو يتقدم بإيقاع رهيب . وفى أواخر عام ١٩٢٢ ، أذاعت محطة دبليو. جى. زد. (WJZ) فى نيوآرك بنجاح المباريات الرياضية الهامة . وبدأت

المحطات الأخرى تذيع الأوبرا والحفلات الموسيقية والأخبار والموسيقى الراقصة والمحاضرات وخدمات الكنائس والعديد من الأحداث الأخرى . وقد تمت بعض التجارب التطوعية لتجنب التداخل بين المحطات حيث أخذت المحطات القريبة تذيع برامجها على أطوال موجية تختلف كل منها عن الأخرى بما لا يقل عن ٢٠ متراً . ورغم ذلك ، استمر تفاقم المشكلة .

كذلك ، أجريت تجارب ناجحة على الشبكات الإذاعية حيث ثبت أن العديد من المحطات المتصلة ببعضها سلكياً يمكنها أن تذيع نفس البرنامج فى نفس الوقت . واستمر الاندفاع نحو إنشاء محطات إرسال جديدة . وبحلول عام ١٩٢٣ ، كانت هذه المحطات قد انتشرت بالفعل فى غالبية المدن الكبرى فى جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية .

ثمن الإذاعة . استمرت وسيلة الإعلام الجديدة تعانى بشدة بسبب مشكلتين رئيسيتين . . فالمشكلة الفنية الخاصة بالتداخل بين الإذاعات لم يعد من الممكن السيطرة عليها . . وكانت هناك أيضاً مشكلة دفع ثمن الإذاعات . فبينما كان بوسع شركات صناعة الأجهزة الكهربائية الكبرى أن تقوم بتمويل المحطات التابعة لها من أرباح مبيعات أجهزة الاستقبال ، إلا أن ذلك كان بمثابة وسيلة محدودة على أحسن الفروض ولم يكن مفيداً على الإطلاق بالنسبة لأصحاب المحطات من غير شركات تصنيع الأجهزة الكهربائية .

وبحلول نهاية عام ١٩٢٣ ، بدأ بعض الحماس الأولى ، لتشييد محطات الإرسال الإذاعى ، يخبو بعد أن اتضحت الحقائق المالية الصعبة والتى كان يتعين على كل محطة أن تواجهها . ببساطة ، لم تكن هناك أرباح مالية من وراء تشغيل هذه المحطات ، ولم يعد قادراً على الاستمرار فى العمل منها سوى تلك التى لديها موارد مالية أخرى .

> وبعد أن أتمت الإذاعة بالراديو على مستوى أمريكا كلها عاماً كاملاً من عمرها ، أتاح صيف عام ١٩٢٣ فرصة لمراجعة ما جرى . وقد كانت تلك فعلاً تجربة مثيرة للانزعاج ، فقد أظهرت دفاتر حسابات كل محطة من المحطات تقريباً خسائر مالية . ولقد أهدرت ثروات بأكملها فى موجة الاندفاع المجنون . وفى أوائل شهر ديسمبر عام ١٩٢٢ ذكرت وزارة التجارة توقف ٢٠ محطة إذاعة عن العمل فى هذا الشهر وحده . ومع كل شهر تلى

> ذلك كانت قائمة الخسائر فى المحطات التى تتوقف عن العمل تزداد بشاعة . وفيما بين ١٩ مارس وحتى ٣٠ أبريل ١٩٢٣ تخلت اثنان وأربعون محطة عن التصاريح الممنوحة لها . وفى شهر مايو فشلت ٢٦ محطة فى عملها . وشهد شهر يونيو عام ١٩٢٣ توقف خمسين محطة إذاعة عن العمل وسكوتها . وفى شهر يوليو سلمت خمس وعشرون محطة تصاريحها . وهكذا شهدت الفترة من ١٩ مارس وحتى ٣١ يوليو من هذا العام توقف ١٤٣ محطة إذاعة عن العمل [٧] .

وهكذا ، أصبح مصير الراديو كوسيلة اتصال بالنسبة للبيوت الأمريكية مهدداً ما لم يتم التوصل إلى أسس مالية يمكن الاعتماد عليها وقابلة للاستمرار .

محاولات للتوصل إلى حلول . رغم هذه المشكلات ، لم يحرم الناس من الراديو . فقد كانت سنوات منتصف العشرينيات من القرن الحالى سنوات رفاهية ورخاء لغالبية الأمريكيين . وأخذت الذكريات الكئيبة للحرب العظمى تمحى تدريجياً . وبدأت الأمة الأمريكية تدخل مرحلة من النمو الصناعى والمالى . وأصبح أسلوب الشراء بالتقسيط جزءاً من توسع هائل فى مجال الإقراض الذى بدأ يحتل مكانة راسخة فى الهيكل الاقتصادى . ولم يكن هناك من يتوقع ذلك الانهيار الذى بدأ فى شهر أكتوبر عام ١٩٢٩ . ولقد جعل الشراء بالتقسيط من الأسهل بالنسبة للعائلات ذات الدخول المتواضعة أن تشترى السلع الاستهلاكية مثل أجهزة استقبال الراديو . وتزايدت شعبية سماع الراديو وتعرض وزير التجارة هربرت هوفر لضغوط لكى يفعل شيئاً من أجل حل مشكلة التداخل بين الإذاعات . ولقد توصل هوفر بالفعل إلى نظام لتحديد أطوال موجية مختلفة لمحطات الإذاعة المتعددة ، لكن محاولة تنفيذ هذا النظام لم تكن ناجحة تماماً . ولم تعجب هذه الفكرة من لديهم أجهزة قادرة على استقبال تردد رئيسى واحد فقط . كذلك لم تكن هناك وسيلة عملية لفرض الالتزام بأطوال الموجات المحددة . . وتجاهلت بعض محطات الإرسال ببساطة الخطة برمتها . ومن ناحية أخرى ، حاولت العديد من المحطات الكبرى التى كانت تبث برامجها بشكل منتظم أن تلتزم بأطوال الموجات التى حددها وزير التجارة وحققت بالفعل نجاحاً فى هذا الاتجاه .

وكانت الصناعة نفسها تمارس ضغوطاً هائلة على وزارة التجارة ، ليس فقط من أجل تنظيم الترددات ، بل أيضاً من أجل الحد من عدد المحطات التى يمكن أن تحصل على

تراخيص عمل فى المنطقة نفسها . كما شعر الناس بالاستياء والإحباط بسبب تلك الأصوات المتنافرة التى كانت تصدر من أجهزتهم ليلة بعد أخرى . وأصبحت مشكلة التداخل غير محتملة . فقد أخذت أجهزة الإرسال القديمة المستخدمة فى الإذاعات البحرية والهواة الذين يستخدمون شفرة مورس ومحطات الإرسال القوية التى تذيع برامجها بانتظام ، تتبادل الشتائم واللعنات عبر موجات الأثير .

وقد عقدت أربعة مؤتمرات كبرى فى واشنطن فى خلال الفترة من ١٩٢٢ وحتى ١٩٢٥ لمناقشة مشكلات الإذاعة . وكان موقف الحكومة هو أن الصناعة نفسها هى المسئولة عن تنظيف بيتها . فالصحف مضت فى سبيلها دون أى إشراف حكومى بل هى فى الواقع حاربت الحكومة بشدة . لكن صناعة الفيلم كانت تقوم بتنظيف إنتاجها . وكان الشعور السائد لدى الكثيرين من المسئولين الحكوميين أنه فى إطار نظام سياسى يؤكد على احترام المبادرات الخاصة ، فلسوف يكون فرض رقابة فدرالية على الإذاعة سابقة خطيرة . والواقع أن الكونجرس رفض مراراً النظر فى مشروعات قوانين حول هذا الموضوع . وكان التشريع الوحيد الموجود بشأن الراديو هو قانون الراديو القديم لعام ١٩١٢ الذى أصبح عتيقاً عفى عليه الزمن .

لم تكن المشكلة سهلة الحل حتى من خلال فرض سيطرة الحكومة ، فقد كانت لها عواقب وتعقيدات دولية نظراً لأن التلغراف اللاسلكى أيضاً كان بحاجة للتنظيم . وبالإضافة إلى ذلك ، فقد كان هناك آلاف الهواة الذين كان يجب حماية حقوقهم . فلم تكن هناك ٥٠٠ محطة إذاعة كبرى فقط تعمل بشكل منتظم بل كان هناك أيضاً حوالى ١٤٠٠ محطة صغيرة ذات قوة كهربية منخفضة وتعمل فقط عندما يريد أصحابها ذلك . ومن أجل التقاط هذا الخليط من الإشارات ، أنفق الأمريكيون ١٣٦ مليون دولاراً فى عام ١٩٢٣ وحده [٨] .

وقد ناضل وزير التجارة هوفر بشجاعة من أجل التوصل إلى حل . وحاول الحد من قوة وساعات إرسال بعض المحطات حتى يمكنها المشاركة فى تردد معين . وبحلول عام ١٩٢٥ ، كان قد تم احتلال كل نقطة على موجات التردد ، بل وشاركت العديد من المحطات فى تردد واحد . ولم يكن ممكناً توسيع نطاق موجات الإذاعة بشكل ملائم دون انتهاك أنواع هامة أخرى من عمليات الراديو واللاسلكى . وكانت هناك ١٧٥ محطة إضافية تطالب بالحصول على تراخيص للعمل دون أن يكون من الممكن تحقيق ذلك .

الملكية العامة للموجات الإذاعية . وفى عام ١٩٢٦ ، انهار هذا النظام التعسفى ، وأصدرت إحدى المحاكم الفيدرالية حكماً بأن وزير التجارة ليس من حقه فرض أى قيود على قوة المحطات أو ساعات عملها أو التردد الذى تبث عليه برامجها . وفى نفس هذا العام أيضاً ، أصدر المدعى العام رأياً قال فيه أن التشريع الوحيد الموجود ، وهو قانون الراديو لعام ١٩١٢ ، لا يشكل فى الواقع أساساً قانونياً لأى من اللوائح التى كان وزير التجارة يستخدمها . وكان يتعين على هوفر ببساطة أن يتخلى عن محاولته كلها رغماً عنه . وأصدر بياناً عاماً حث فيه محطات الراديو على تنظيم أنفسها . ولم تكن المحطات قادرة على أن تفعل ذلك .

وفى مواجهة الفوضى العارمة التى أعقبت ذلك ، طلب الرئيس كوليدج من الكونجرس أن يسن التشريع المناسب لتنظيم الإذاعة بما فى ذلك البنود الخاصة بغرض تنفيذه . وقد حدث ذلك فى عام ١٩٢٧ . وقد أقر الكونجرس بداية المبدأ الهام بأن تكون الموجات الهوائية ملكاً للشعب وأن الأفراد يمكنهم استخدامها فقط فى حالة الحصول على تصريح رسمى من الحكومة ، على أساس أن يكون هذا التصريح محدوداً وقصير المدى . وكانت التصاريح تمنح أو تلغى على أساس ارتباطها بالصالح العام أو فائدتها أو ضرورتها . وقد ألغيت تلقائياً كافة التصاريح الخاصة بالمحطات الموجودة . وكان يتعين على الجميع العودة إلى نقطة البداية والتقدم رسمياً للحصول على امتياز أو تصريح العمل وتقديم البيانات والإيضاحات اللازمة التى تؤكد أن الصالح العام يتطلب منحها هذا التصريح .

قانون الاتصالات الفيدرالى لعام ١٩٣٤ . كان قانون الراديو لعام ١٩٢٧ حلاً مؤقتاً . وبعد سبع سنوات من الملاحظة والمحاولة والتعديل ، تمت صياغة مجموعة من القوانين الجديدة والأكثر قدرة على الاستمرار والبقاء . وشكلت لجنة فدرالية للاتصالات لتنفيذ هذه القوانين . ومنذ ذلك الحين ، أصبح قانون الاتصالات الفيدرالى لعام ١٩٣٤ هو أداة التنظيم الرئيسية لصناعة الإذاعة فى الولايات المتحدة مع إدخال بعض التعديلات الملائمة عليه من حين لآخر .

الدعم المالى . وفى نفس الوقت ، استمرت الصناعة الجديدة ، المندفعة بقوة ، تبحث

عن وسائل ملائمة للدعم المالى . وفى منتصف العشرينيات كان العاملون فى هذا المجال مازالوا يصارعون هذه المشكلة . وقد حاولت لجنة من رجال الإذاعة فى نيويورك تجربة جمع التبرعات مباشرة من جمهور المستمعين بهدف استخدام أعلى وأفضل الخبرات فى هذا المجال لتشغيل واحدة من أكبر المحطات فى المنطقة . وبينما جاءت هذه التبرعات هزيلة وضئيلة ، قرر غالبية المستمعين أنه من الأفضل لهم الاستماع الحر لما يلتقطونه بالصدفة من إذاعات بدلاً من الدفع مباشرة من أموالهم لضمان برامج إذاعية ذات نوعية أحسن . ويعكس هذا الموقف بدقة المشاعر السائدة لدى الغالبية حتى يومنا هذا . كما يوضح ، إلى حد ما ، لماذا قبل الناس فى نهاية الأمر الرسائل الإعلانية كوسيلة لتمويل الإذاعة . فهم يفضلون تحمل هذه الإعلانات التى يعترضون عليها بدلاً من الدفع بشكل مباشر مقابل الترفيه الذى تقدمه الإذاعة لهم .

ولقد اقترحت مشروعات أخرى . حيث شعر ديفيد سارنوف أن أهل الخير الأثرياء يجب أن يتبرعوا لمحطات الإذاعة كما يفعلون مع الجامعات والمستشفيات والمكتبات . واقترح آخرون تحصيل رسوم على أجهزة الاستقبال بحيث يتم تقسيم عائدات هذه الرسوم على محطات الإذاعة . وقد أحس الكثيرون أن صناعة الإذاعة نفسها هى التى ستحل المشكلة . وقيل أن الشركات الكبرى لصناعة أجهزة الاستقبال ملتزمة بتقديم شىء يتم سماعه عبر الأجهزة التى تنتجها . وساد الاعتقاد بأن هذا الاتجاه سيؤدى فى النهاية إلى ظهور عدد صغير من الشبكات التى تقوم بتشغيل كل منها شركة أو مجموعة شركات بحيث لا يصبح هناك سوى عدد قليل من المحطات المستقلة ما لم تختف كلها .

الراديو والإعلانات

وبينما كانت هذه المناقشات دائرة ، كان الإعلان يزحف بهدوء كمصدر تمويل تعتمد عليه الإذاعة . والحقيقة أنه فى عام ١٩٢٢ ، قامت محطة إذاعة (WEAF) ببيع زمن إذاعى قدره عشر دقائق يتم خلاله الحديث عن شركة لونج أيلاند للعقارات التى كانت تبيع تقاسيم الأراضى . ثم بدأت الشركات الكبرى تمول البرامج . وقام أحد المحال التجارية بدفع نفقات برنامج موسيقى لمدة ساعة . ومولت إحدى شركات الدخان برنامج منوعات ، وقـدمت إحـدى شركـات الحلوى اثنين من الممثلين الهزليين . وقـد جذبت هذه

البرامج المستمعين بشدة وأخذ الناس يطلبون المزيد . فى البداية ، لم تكن لهذه الشركات الممولة رسالة إعلانية مباشرة عن منتجاتها وكان اسمها يذكر ببساطة كممول أومشرف على البرنامج ، أوكان اسم المنتج الخاص بالشركة يطلق على البرنامج . ولم يلق هذا الشكل من الإعلان غير المباشر سوى القليل من الانتقادات . فقد كان الهدف العام من تمويل مثل هذه البرامج هو خلق نوع من حسن النية بين المستمعين .

كان وزير التجارة من أشد معارضى الإعلان المباشر فى الإذاعة . وقال « ليس من المفهوم كيف نسمح لهذه الإمكانية الهائلة التى تقدم خدمات وأنباء وترفيه وللأغراض التجارية الحيوية أن تغرق وسط بحر من الثرثرة الإعلانية [٩] » . وكانت هناك أصوات عديدة أخرى تؤيد وجهة نظر وزير التجارة واتفق معه مسئولون رسميون بالحكومة وقادة الصناعة والعديد من جماعات المستمعين .

ورغم ذلك ، فإن مثل هذه المواقف المثالية محكوم عليها منذ البداية فى المجتمع الأمريكى . فمع تفضيل المستمعين للترفيه المجانى على نوعية برامج الإذاعة ، ومع اقتصار دور الحكومة على الجوانب الفنية وعلى رأسها عدم تداخل واختلاط الترددات ، ومع وجود ملكية وسيلة الإعلام الإذاعى فى أيدى شركات ومؤسسات تسعى للربح ، لم تكن آراء وزير التجارة ومؤيديه تتفق مع نظام القيمة والبناء السياسى والمؤسسة الاقتصادية فى المجتمع والتى كانت الإذاعة تتطور بداخلها . وهكذا ، تكررت مع الإذاعة نفس القوى الاقتصادية والاجتماعية التى أدت بالصحف إلى التحول نحو بيع مساحات للمعلنين حتى يمكنهم أن يبيعوا منتجاتهم لجمهور كبير . ولقد ظل الاستسلام للإعلان يلقى مقاومة لفترة من الوقت ولكنه كان حتمياً فى نهاية الأمر . ولقد تأخر ذلك بطريقة مصطنعة بعض الشىء لفترة قصيرة بسبب سياسات شركة التليفون والتلغراف الأمريكية التى كانت تسيطر على العديد من براءات الاختراع وخطوط الإرسال وجهاز الراديو الذى يستخدمه المذيعون . ولكن حتى هذه المعارضة هدأت بعد ذلك وأصبح الطريق مفتوحاً لتدفق فيضان من الرسائل الإعلانية التى أصبحت الآن تمثل جزءاً كبيراً من الإذاعة فى الولايات المتحدة .

كان الإعلان ، فى بداية الأمر ، منضبطاً ويتسم بالوقار . ولكن سرعان ما تزايدت مباشرته وتوجهه رأساً نحو الهدف . وقد يكون من الخطأ القول بأن الرأى العام رحب بالإعلان ، ولكن الذى لاشك فى صدقه أن الناس رحبت بما أصبح ممكناً بفضل

عائدات الإعلان . كان الناس يرغبون فى سماع فجاجة إعلانات المعلنين حتى يكون بوسعهم الاستماع للبرامج التى يقبلون عليها . وكان أحد أسباب هذا الموقف هو أن البرامج كانت تعد بسرعة حتى تشد انتباه الجمهور . ولقد جعلت أموال الإعلانات استخدام وتوظيف المواهب البارزة فى مجال الإذاعة أمراً ممكناً . وحقق الممثلون الهزليون والمطربون والفرق الموسيقية شعبية ونجاحاً كبيرين بين المستمعين . كما أصبحت برامج الدراما الأسبوعية والتمثيليات ذات شعبية هائلة . وتم إنتاج برامج للأطفال وجذبت الإذاعات الرياضية قطاعات كبيرة من المستمعين . وكان الهدف من هذا التنوع الهائل فى المضمون والمحتوى الإذاعى هو جذب انتباه المكونات والجماعات الكبرى المختلفة من السكان .

وبحلول نهاية العشرينيات من هذا القرن ، كان قد تم حل المشكلات الكبرى للراديو كوسيلة إعلام واتصال جماهيرية . وأصبح بوسع كل شخص تقريباً أن يشترى جهاز راديو معقول الثمن ويعتمد عليه بالتقسيط المريح . وحصل المسئولون عن الإذاعات على أرباح كبيرة من بيع مساحات زمنية للمعلنين ، وتمكنت الشركات المعلنة التى تشرف على بعض البرامج من الترويج لمنتجاتها بفعالية عبر الأثير وبيعها للسوق العام . وجذبت المواهب ذات الشعبية اهتمام المستمعين فى الأمسيات . وفى خلفية كل ذلك ، نجح القانون الفيدرالى الجديد فى تحويل الفوضى إلى نظام فيما يتعلق بمشكلة التداخل بين الإذاعات المختلفة . وكان الانهيار المشئوم فى عام ١٩٢٩ هو وحده الذى هدد بتشويه الصورة . ولكن ، كما اتضح بعد ذلك ، كان لهذا الانهيار تأثير سلبى محدود على نمو الراديو وتطوره .

العصر الذهبى للراديو

حقق الراديو ازدهاراً خلال الثلاثينيات والأربعينيات من هذا القرن اللذين كانا أصعب وأشق عقدين بالنسبة للمجتمع الأمريكى . فقد كان لمرحلة الكساد الاقتصادى الكبير والحرب العالمية الثانية تأثير على مصير كل مواطن ، ولكن تأثيرها كان محدوداً على الراديو .

ويمكن الحصول على نظرة شاملة لنمو الراديو فى المجتمع الأمريكى من خلال

جدول (٤ - ١) نمو امتلاك أجهزة الراديو فى الولايات المتحدة (١٩٢٢ - ١٩٨٥)

السنة	الأسر (بالألوف)	متوسط عدد الأجهزة
١٩٢٢	٢٥ ٦٨٧	٠٫٠٢
١٩٢٥	٢٧ ٥٤٠	٠٫٢
١٩٢٥	٢٧ ٥٤٠	٠٫٢
١٩٣٠	٢٩ ٩٠٥	٠٫٤
١٩٣٥	٣١ ٨٩٢	١٫٠
١٩٤٠	٣٤ ٨٥٥	١٫٥
١٩٤٥	٣٧ ٥٠٣	١٫٥
١٩٥٠	٤٣ ٤٦٨	٢٫١
١٩٥٥	٤٧ ٧٨٨	٢٫٥
١٩٦٠	٥٢ ٦١٠	٣٫٧
١٩٦٥	٥٧ ٥٢١	٤٫١
١٩٧٠	٦٢ ٨٧٥	٥٫١
١٩٧٥	٧١ ١٢٠	٥٫٦
١٩٨٠	٨٠ ٧٧٦	٥٫٥
١٩٨١	٨٢ ٤٠٠	٥٫٥
١٩٨٢	٨٣ ٥٢٧	٥٫٥
١٩٨٣	٨٣ ٩١٨	٥٫٥
١٩٨٤	٨٥ ٤٠٧	٥٫٥
١٩٨٥	٨٥ ٧٨٩	٥٫٥

المصادر : U.S. Bureau of Census, Statistical Abstract of the United States, 106th ed. (Washington, D.C., 1986).

U.S. Bureau of Census, *Historical Statistics of the United States, Colonial Times to 1957* (Washington, D.C., 1960), Series A 242-44, p. 15.

U.S. Bureau of Census, *Current Population Reports: Population Characteristics,* Series P 20, no. 106 (9 January 1961), p. 11; no. 119 (19 September 1962), p. 4; no. 166 (4 August 1967), p. 4.

National Association of Broadcasters, *Dimensions of Radio* (Washington, D.C., 1974).

Electronic Market Data Book (Washington, D.C.: Electronic Industries Association, 1979).

ملحوظة : الأرقام بعد ١٩٦٠ تتضمن ألاسكا وهاواى . بعض الأرقام تمت مراجعتها من طبعات سابقة وذلك للتغير فى المعلومات المتاحة .

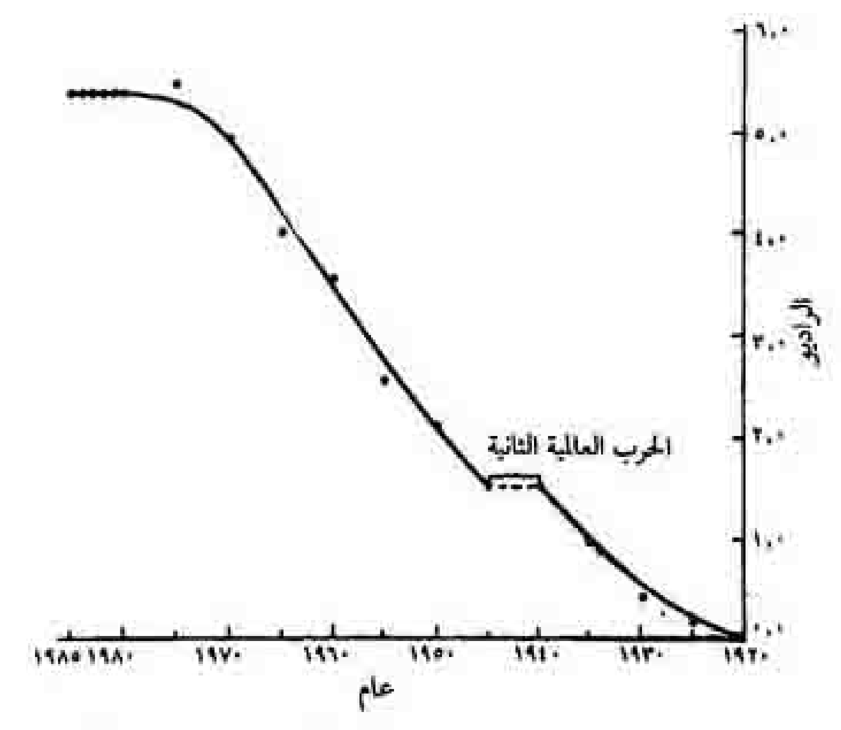
الجدول رقم (٤ - ١) والذى يوضح عدد أجهزة الاستقبال التى كانت موجودة فى سنين معينـة . وفى نهاية الثلاثينيات ، كان هناك أكثر بقليل من جهاز واحد لكل أسرة فى

الولايات المتحدة . وقد حدث هذا النمو الملحوظ فى استخدام أجهزة الاستقبال برغم السنوات العشر من الركود الاقتصادى والتى أعقبت انهيار البورصة فى عام ١٩٢٩ . ويجب التأكيد ، لهؤلاء الذين لم يعاصروا تلك الأيام المأساوية ، أن هذه الفترة كانت بمثابة محنة كبرى للأسر الأمريكية . فملايين العمال كانوا عاجزين عن الحصول على عمل وكان هناك عدد قليل من الوكالات العامة المختصة بتقديم المعونات والمساعدات . والواقع أن صدمة بهذا الحجم لا يمكن إدراك أبعادها دون معايشتها بشكل مباشر . فقد كانت هذه مرحلة عانى فيها شعب الولايات المتحدة بشدة من الركود بمعناه الاقتصادى والمعنوى أيضاً .

النماذج الكمية . رغم صعوبات ذلك العصر ، إلا أن الراديو تغلب على الركود الاقتصادى . فقد تزايدت عائدات الإعلانات بشكل مطرد بدلاً من أن تقل كما كان متوقعاً . وتضاعف عدد أجهزة الاستقبال التى يملكها الأمريكيون كل خمس سنوات تقريباً . . والعائلات التى لم تكن مواردها المالية تسمح بشراء جهاز راديو جديد كانت تدخر من قوتها لإصلاح الراديو الخاص بها إذا حدث به عطل . وكانت هذه العائلات تفضل بيع أثاث المنزل أو المماطلة فى سداد الإيجار لصاحب البيت على أن تتخلى عن أجهزة الراديو .

كان الراديو يلبى احتياجات الملايين من المطحونين خلال تلك الأيام الصعبة . فقد كان يقدم الموسيقى لأرواحهم ومعنوياتهم المرهقة ، والممثلين الهزليين للترفيه عنهم ، والأنباء الهامة والخطيرة لتحويل انتباههم بعيداً عن مشكلاتهم الشخصية . وكان المستمعون يتابعون بانتظام البرامج الإذاعية المختلفة والسهرات مع المسرحيات والتمثيليات والمسلسلات ومغامرات الغرب الأمريكى وبرامج المنوعات . وفى ليالى الصيف ، كان بوسع الناس السير فى الشوارع ومتابعة برنامج هزلى ناجح عبر النوافذ المفتوحة للمنازل فى الطريق والتى كانت كلها تتابع مثل هذا البرنامج .

وعندما هدأت حدة الركود الاقتصادى وأوشكت الحرب العالمية الثانية على الاندلاع ، كان الراديو قد انتشر ووصل إلى كل أذن فى الولايات المتحدة . وفى منتصف الأربعينيات ، كان هناك ١,٥ جهاز استقبال لكل أسرة فى الولايات المتحدة . وفى نفس الوقت ، أصبح الراديو أكثر تقدماً فى جميع النواحى . فقد أصبح ممتازاً من الناحية التقنية



شكل (٤ - ١) منحنى الانتشار التراكمى للراديو ، متوسط عدد أجهزة الاستقبال لكل أسرة فى الولايات المتحدة (١٩٢٢ - ١٩٨٥) .

والفنية . . وأصبح من الممكن التقاط الإذاعات المباشرة ونقلها للمستمعين بمنازلهم فى أى مكان تقريباً على سطح الكرة الأرضية وأصبحت نشرات الأخبار الإذاعية فناً متقدماً ورسخت أقدام صحفيين بارزين فى هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة . . وتعلمت الصحافة والإذاعة التعايش معاً بعد فترة طويلة من العداء المتبادل ودخل الراديو بشكل كامل مجال الخدمات السلكية العالمية .

وقد وضع الراديو كل إمكانياته تحت تصرف الحكومة الفيدرالية فى خلال الحرب العالمية الثانية ، وقدم العديد من الخدمات الحيوية مثل إذاعة الرسائل الإعلامية حول الحرب والدعاية الداخلية وبيع سندات الحرب وشن الحملات لحث المدنيين على ترشيد استخدام المواد الهامة التى يحتاجها المجهود الحربى ، وغير ذلك من الخدمات والمهام . ويجب الإشارة إلى أن التصنيع المحلى لأجهزة الاستقبال قد توقف تماماً خلال سنوات الحرب . ويوضح الجدول (٤ - ١) ، والشكل (٤ - ١) الخاص بمنحنى الانتشار التراكمى لأجهزة الراديو ، أنه خلال الفترة من ١٩٤٠ وحتى ١٩٤٥ اشترى الأمريكيون عدداً قليلاً من أجهزة الراديو الجديدة . ورغم ذلك ، يتعين الانتباه بوجه خاص إلى الارتفاع المستمر فى ملكية أجهزة الراديو بعد انتهاء الصراع عندما عاود منحنى الانتشار

التراكمى صعوده واستعاد مستوى نموه المنتظم بعد تخلفه خلال سنوات الحرب .

المنافسة من التليفزيون . كانت سنوات ما بعد الحرب هامة وذات مغزى ، حيث واجه الـراديو منافسة شديدة من التليفزيون . وهنا ، نرى بوضوح كيف يؤدى الصراع إلى إحداث تغيير اجتماعى ، ولو كان الراديو قد احتفظ بشكله ومضمونه الأصليين لكان قد بقى منافساً مباشراً للوسيلة الإعلامية الجديدة التى كان من الواضح أنها تلبى الحاجات الهامة للجمهور بطريقة أكثر فاعلية . فى البداية ، حاول الراديو أن يفعل ذلك من خلال طرح يغلب عليه التفاؤل إلى حد ما مؤداه أن الناس ارتبطت بالإذاعة وتكون لديها ولاء للراديو عبر السنين . وقد قدم الراديو لهم الخدمات وليس من السهل إغراؤهم وجذبهم بعيداً نحـو شىء جديد مضىء مثـل التليفزيون . ورغم ذلك ، اتضح أن الجمهور متقلب تماماً ، وبمجرد ما يصبح بوسع الأسرة أن تشترى جهاز تليفزيون ، كانت الأسرة تتخلى على الفور عن الراديو وتهرع نحو الجهاز الجديد . وبلغة الهيكلية الوظيفية ، يمكن القول أن الراديو كان يلبى حاجات معينة داخل المجتمع الأمريكى كنظام اجتماعى . وعندما أصبح هناك بديل وظيفى أكثر تأثيراً ومتاحاً على نطاق واسع ، كان من الحتمى أن تتغير وسيلة الإعلام القديمة ويطويها النسيان .

وفى مواجهة هذا الأمر ، اضطر الراديو إلى البحث عن احتياجات الجمهور التى لا يتعامل معها التليفزيون بفاعلية حتى يقوم بتلبيتها . ونجح الراديو فى العثور على مثل هذه الاحتياجات . وأعاد تكييف نفسه وفقاً للقواعد الجديدة . وفى خلال الثلاثينيات والأربعينيات وحتى الخمسينيات ، جذب الراديو انتباه الأسر الأمريكية خلال معظم ساعات المساء . والتف الناس حول الراديو للاستماع لأفضل الممثلين فى البلاد . ومع نمو التليفزيون ، تمكن من الاستيلاء على هؤلاء الممثلين ومعهم فترات السهرة العائلية . وأطيح بالراديو من موقعه التقليدى فى غرفة المعيشة وأصبح يتعين عليه أن يرضى بغرفة النوم أو المطبخ أو السيارة أو شاطىء البحر . وقد ساعد الترانزيستور والبطارية ، اللذان فتحا أسواقاً هائلة للأجهزة الصغيرة ، على إنقاذ الراديو من المرور بمرحلة انهيار كتلك التى حدثت للسينما والمسرح فى سنوات ما بعد الحرب بسبب التليفزيون (شكل ٣ - ١) .

وفى الـوقت الراهن ، يبدو أن الراديو قد توصل إلى صيغة عملية فهو يتوجه لجمهوره

خلال الأوقات التى لا تلائم التليفزيون فالناس يستمعون للراديو لدى استيقاظهم من النوم وفى أثناء العمل أو القيادة أو ممارسة رياضة المشى والجرى واللعب وما شابه ذلك . ولكن ، عندما يأتى المساء ويستقرون فى غرف معيشتهم فإنهم يغلقون الراديو وينتقلون للتليفزيون . ورغم ذلك ، فمازال الراديو أحد أكثر وسائل الإعلام جماهيرية فيما يتعلق بملكية الأجهزة . والجدول (٤ - ١) يوضح أن الأمريكيين يمتلكون الآن أكثر من خمسة أجهزة ونصف من أجهزة الراديو لكل أسرة . والشكل (٤ - ١) يشير إلى أن منحنى الانتشار بالنسبة للراديو قد استقر أخيراً . ولسنا فى حاجة إلى القول بأن العدد الكبير من أجهزة الراديو التى يمتلكها الأمريكيون لا يعنى ضمنياً أنهم يقضون وقتاً يتناسب مع هذا العدد فى الاستماع لبرامج الراديو .

تطور صناعة التليفزيون[١]

ورث التليفزيون الكثير من تقاليد الراديو . وقد لعبت العديد من العوامل دوراً هاماً لتجعل من التطور التكنولوجى للتليفزيون وانتشاره فى المجتمع الأمريكى عملية أكثر سرعة وأقل فوضوية مما حدث مع سلفه الراديو . والواقع أن تكنولوجيا التليفزيون كانت معقدة بالفعل قبل التوسع فى صناعة الأجهزة وطرحها على نطاق واسع للبيع فى السوق . وفى هذا المجال ، لا توجد فترة يمكن مقارنتها بما حدث فى عصر التليفزيون من حيث سعة الانتشار . ولم تكن الوسيلة الإعلامية الجديدة مضطرة إلى التوصل لهيكل للسيطرة والإشراف مع الحكومة . فقانون الاتصالات الفيدرالى الذى تصفه لجنة الاتصالات الفيدرالية (FCC) والتشريعات المكملة له تم الاستيلاء عليها ببساطة من الراديو . وكانت الأسس المالية للتليفزيون واضحة منذ البداية ، كما كان الجمهور معتاداً تماماً على الإعلانات التجارية . وكان التليفزيون يبشر بالمزيد من التأثير والفعالية كوسيلة لتنشيط المبيعات . ولم تكن هناك مشكلة متوقعة بالنسبة لجذب أموال الإعلانات . كذلك لم تكن هناك مرحلة عداء مع الصحافة ووسائل الاتصال السلكية فكل هذه الترتيبات امتدت ببساطة من الراديو إلى التليفزيون . وكانت فكرة الشبكات قد حققت شعبية بالفعل من أيام الراديو . كما كانت تكنولوجيا الكابل المتحد المحور (coaxial-cable)

متاحة وموجودة وكل ما هو مطلوب هو بناء المنشآت المادية فقط . فالجمهور كان معتاداً بالفعل على الصور المتحركة ولم يكن من الصعب تقبلها بعد بثها وإذاعتها بالتليفزيون . ولهذا السبب لم يتوقع أحد سوى مقاومة محدودة من جانب الجمهور للوسيلة الإعلامية الجديدة .

جهاز التليفزيون كرمز للوضع الاجتماعى

أصبح جهاز التليفزيون بالفعل رمزاً للمكانة الاجتماعية . فخلال سنوات انتشاره الأولى كانت الأسر غير القادرة على شراء التليفزيون توفر من قوتها الضرورى حتى تتمكن من شرائه . ولجأت العديد من الأسر محدودة الدخل إلى أسلوب الدفع بالتقسيط المريح ـ والـذى كان قد أصبح ملمحاً أساسياً من ملامح الاقتصاد الأمريكى ـ من أجل أن تتمكن من الحصول على أجهزة التليفزيون . وكانت الرغبة فى الانضمام إلى من يملكون التليفزيون ملحة وقوية خلال مرحلة انتشاره الأولى ، لدرجة أنه فى بعض الحالات قيل أن بعض العائلات قامت بشراء إيريال التليفزيون وتركيبه فى مكان واضح فوق بيوتها قبل أن تشترى بالفعل جهاز التليفزيون . وقد ترددت قصص من هذا النوع على نطاق واسـع فى أواخـر الأربعينيات . وأدى الاعـتراف بالتليفـزيون كدليل على الثراء ورمز للمكانة الاجتماعية إلى حدوث غضب عام بين حين وآخر لدى اكتشاف أن بعض الناس الـذين يتلقـون معـونـات اجتـماعية أوغيرها من أشكال المساعدات يمتلكون أجهزة تليفـزيون . ومن الـواضح أن تجارب سنوات الركود الاقتصادى قد أصبحت فى طى النسيان ، وهى السنوات التى كانت أجهزة الراديو تقدم فيها نوعاً من السلوى للناس الذين يمرون بظروف اقتصادية لا تحتمل .

معوقات النمو

الواقع أن التليفزيون كان يمكن أن يصبح وسيلة اتصال منزلية لولا عاملين شاركا فى تأخـير نمـوه وهمـا الحرب العالمية الثانية والتجميد الذى فرضته الحكومة . فتكنولوجيا التليفزيون الإلكترونية تمت تجربتها خلال سنوات العشرينيات والثلاثينيات . وفى عام

١٩٣٩ ، تم الإرسـال التليفـزيونى فى الولايات المتحدة ، وتم عرض هذه الأعجوبة العلمية الجديدة خلال المعرض الدولى ، وألقى الرئيس روزفلت خطاباً عبر هذه الوسيلة الجديدة للاتصال . ولم يشاهد هذه الإذاعة التليفزيونية سوى حفنة أشخاص فقط لأن التصنيع التجارى لأجهزة التليفزيون لم يكن قد بدأ على نطاق واسع . وفى عام ١٩٤١ ، عشية الحـرب العـالمية الثـانية ، تمت المـوافقـة على التليفـزيون المنـزلى وبدأت صناعة الاتصالات فى تجربة خطط محددة لتطويره . فى ذلك الوقت ، كان هناك حوالى ٥ آلاف جهـاز تليفزيون (معظمها فى منطقة نيويورك) فى أيدٍ خاصة بالإضافة إلى العديد من المحطات الصغيرة التى كانت تذيع برامجها بانتظام لمدة ساعتين أو ثلاث ساعات كل يوم .

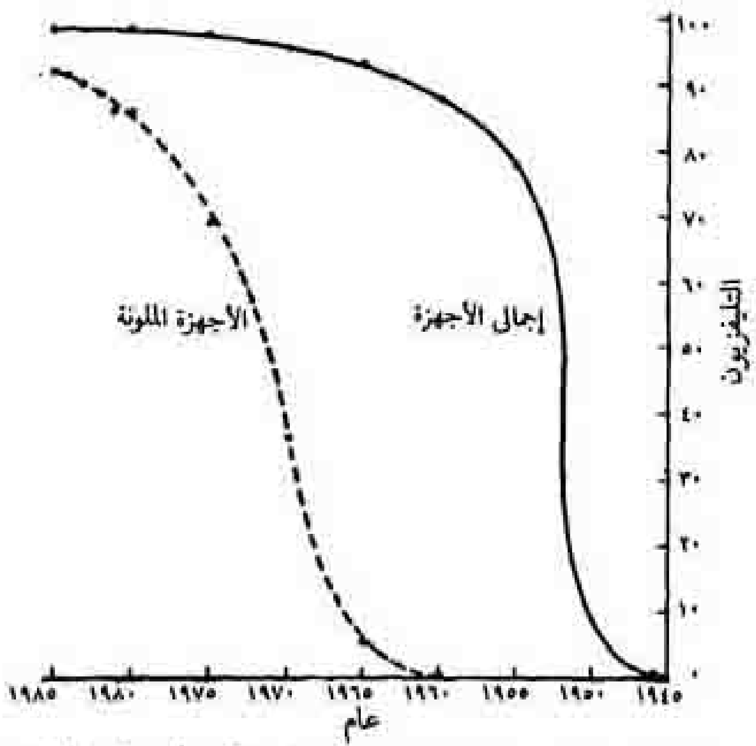
الحـرب العـالمية الثانية . وقد أوقفت الحرب أى تطوير جديد خلال السنوات التى استمرتها . وبشكل ما ، ربما يكون هذا التوقف هو الذى أدى إلى ذلك النمو السريع للتليفزيون عندما عادت البلاد إلى اقتصاد السلام . فخلال الحرب ، تم تطوير تقنيات الصناعة الإلكترونية التى ساعدت على التغلب على مشكلات إنتاج جهاز الاستقبال التليفزيونى . والأكثر من ذلك ، أن الحرب أنهت تماماً كافة بقايا فترة الركود الاقتصادى التى سبقتهـا . والحقيقـة أن البـلاد دخلت مرحلة النمو الاقتصادى المطرد مع بعض التقلبات المحدودة ، واستمرت هذه المرحلة لعشرات السنين دون انقطاع . وارتفعت القـدرة الشرائية للأسرة العـادية ، واستمرت ، إلى درجة أصبحت معها ملكية جهاز التليفزيون فى حدود إمكانيات كل إنسان .

التجميد . مع دروس فوضى التداخل المريرة خلال الأيام الأولى للراديو ، استفادت الحكومة من هذه الدروس وقامت بدور أكثر نشاطاً فى السيطرة على ترددات الإرسال التليفزيونى . وفى عام ١٩٤٨ ، كانت هناك حوالى سبعين محطة عاملة وعدة ملايين من أجهـزة التليفـزيون يتم استخـدامهـا . وسرعـان ما تدفقت الـطلبات للحصول على تراخيص . ونـظراً لوجـود ١٣ قناة تليفزيونية (VHF) فقط للبلاد كلها ، فقد كان من الضرورى أن تكون هناك وسائل صارمة للسيطرة من أجل تجنب التداخل . ومن حسن الـطالـع أن الإشارة التليفزيونية لا تتبع انحناء وتقوس الكرة الأرضية كما تفعل إشارة الـراديو . ويعنى ذلـك أن محطتـين تذيعان على نفس القناة لن تتداخل كل منهما مع

الأخرى إذا كانت هناك مسافة كافية بينهما . وكان يتعين تجربة خطة شاملة للولايات المتحدة بأسرها حتى يمكن تقسيم مواقع القنوات التليفزيونية بشكل عادل . وكانت هناك أيضاً الحاجة لدراسة أنظمة الألوان المتنافسة لمعرفة المشكلات المتعلقة بها . وبالإضافة إلى ذلك ، كان هناك عدد كبير من قنوات (UHF) وكان يتعين تقسيمها بين المصالح المتنافسة . مع هذه المشكلات وغيرها من المشكلات الفنية المتوقعة ، أوقفت الحكومة الفيدرالية فى عام ١٩٤٨ منح تصاريح جديدة لمحطات التليفزيون . أما المحطات العاملة ، فقد سمح لها بالاستمرار ولكن كانت هناك حاجة لبعض الوقت حتى يمكن تجربة تفاصيل الخطة الشاملة بحيث يمكن تجنب أكبر عدد ممكن من المشكلات عندما يصل التليفزيون إلى مرحلة النضج . وقد حددت مواقع المحطات العاملة بالفعل (حوالى سبعين) فى مراكز المدن وتركزت فى القطاعات الأبعد جهة الشرق وبالتالى الأكثر ازدحاماً بالسكان فى البلاد . وهكذا ، أصبح من الممكن الاستمرار فى بيع الأجهزة رغم عدم تشييد محطات جديدة .

الإقبال السريع على التليفزيون

عندما انتهى قرار تجميد إنشاء محطات تليفزيون جديدة فى عام ١٩٥٢ ، تم تلقى عدد كبير من الطلبات لإقامة محطات فى مناطق من الولايات المتحدة لم تكن بها إشارة . ومع تطبيق الخطة الجديدة ، تم منح التصاريح لهذه المحطات وأصبحت الإشارات التليفزيونية متاحة فى جميع أنحاء الولايات المتحدة تقريباً . وأدى ذلك إلى انتعاش كبير فى مبيعات أجهزة التليفزيون وارتفع بحدة منحنى الانتشار أو الإقبال . ويوضح الشكل (٤ - ٢) أن فترة السنوات الأولى من الخمسينيات كانت فترة انتشار سريع للغاية بالنسبة لوسيلة الإعلام الجديدة . وفى عام ١٩٦٠ ، كان هناك جهاز تليفزيون واحد على الأقل لدى ٨٧ فى المائة من الأسر فى الولايات المتحدة . وكما يتضح من الجدول (٤ - ٢) والشكل (٤ - ٢) فإن هذا الازدهار أعقبه معدل أبطأ فى الزيادة . ولكن فى عام ١٩٨٠ ، وصل السوق إلى نقطة التشبع . ولم يعد فى الولايات المتحدة سوى عدد محدود جداً من المنازل التى لا يوجد بها جهاز استقبال تليفزيونى . وتحول سوق بيع أجهزة التليفزيون إلى مجرد سوق للإحلال والتجديد . ويوضح الجدول (٤ - ٢) أيضاً



شكل (٤ - ٢) منحنى الانتشار التراكمى للتليفزيون - النسبة المئوية لكل أسرة لديها تليفزيون بالولايات المتحدة (١٩٤٦ - ١٩٨٥) .

أن أجهزة التليفزيون الملون أصبحت شائعة بشكل مطرد حيث أصبحت غالبية الأسر الأمريكية تملك مثل هذه الأجهزة فى عام ١٩٧٥ .

والذى لا تظهره المعطيات السابقة هو التطور والرقى المستمر فى التكنولوجيا والذى حدث خلال هذه الفترة . فالأجهزة الأولى ، أو القديمة ، استخدمت صمامات مفرغة وكانت لها شاشات صغيرة نسبياً . وفى عام ١٩٥٠ ، كان لجهاز التليفزيون الشائع شاشة لا تزيد كثيراً عن حجم نصف صفحة من هذا الكتاب . وكان ثمن مثل هذا الجهاز حوالى ثلاثمائة دولار وهو مبلغ يعادل ألف دولار أو أكثر وفقاً للقوة الشرائية فى الوقت الراهن . وكان بوسع من هم أكثر ثراء شراء موديل آخر بشاشة أكبر يصل حجم سطح المشاهدة فيها إلى حجم صفحة كاملة من هذا الكتاب تقريباً . وكان ثمن مثل هذا الجهاز يصل إلى حوالى نصف ثمن سيارة جديدة . وفى خلال العقدين التاليين ، تزايد بشكل ملحوظ حجم الشاشة واستقبال الألوان وكفاءة جهاز التليفزيون بوجه عام . وبعد عام ١٩٧٥ على وجه التقريب ، استولى اليابانيون على سوق الولايات المتحدة ، بأجهزة ذات نوعية جيدة وثمن رخيص . وكانت هناك بعد ذلك تطورات تكنولوجية أخرى .

جدول (٤ - ٢) نمو ملكية أجهزة التليفزيون فى الولايات المتحدة (١٩٤٦ - ١٩٧٧) .

السنة	إجمالى الأسر (بالملايين)	أسر لديها تليفزيون (بالملايين)	أسر لديها تليفزيون ملون (ملايين)	أسر لديها تليفزيون ملون (نسبة مئوية)	نسبة التليفزيون
١٩٤٦	٣٧,٩	,٠٠٨	–	–	,٠٢
١٩٥٠	٤٣,٥	٣,٩	–	–	٩,٠
١٩٥٥	٤٧,٨	٣٧,٤	–	–	٧٨,٠
١٩٦٠	٥٢,٦	٤٥,٨	,٣	,٠٧	٨٧,٠
١٩٦٥	٥٧,٥	٥٢,٧	٢,٨	٥,٠	٩٣,٠
١٩٧٠	٦٢,٩	٥٨,٥	٢٠,٩	٣٦,٠	٩٥,٠
١٩٧٥	٧١,١	٦٨,٥	٤٦,٩	٦٨,٠	٩٧,٠
١٩٨٠	٨٠,٨	٧٦,٣	٦٣,٤	٨٣,٠	٩٨,٠
١٩٨١	٨٢,٤	٧٩,٩	٦٦,٦	٨٣,٠	٩٨,٠
١٩٨٢	٨٣,٥	٨١,٥	٧١,٤	٨٨,٠	٩٨,٠
١٩٨٣	٨٣,٩	٨٣,٣	٧٣,٩	٨٩,٠	٩٨,٠
١٩٨٤	٨٥,٤	٨٣,٨	٧٥,٨	٩٠,٠	٩٨,٠
١٩٨٥	٨٥,٨	٨٤,٩	٧٧,٧	٩٢,٠	٩٨,٠

المصدر : U.S. Census, *Statistical Abstract of the United States, 106th ed.* (Washington, D.C., 1986)

ظهور تليفزيون الكابل

الكابلات ثنائية المحور هى أسلاك مغلفة بالبلاستيك الذى يحيط به غطاء معدنى لمنع ضياع الإشـــارة أوحدوث تداخـل . ولقـد دخلت هذه الكـابـلات بسرعـة إلى حيز الاستخـدام لبث الـبرامـج التليفزيونية عبر مسافات طويلة وأدت مهمتها هذه بنجاح ملحوظ . وكان استخدام الكابلات فى نقل الإشارات التليفزيونية إلى المنازل (مقابل رسم معين) تطبيقاً واضحاً لمهمتها الأولى . وبالنسبة للتليفزيونات فى المرحلة الأولى ، كان ذلـك ضرورياً فى الغالب بسبب طبيعة الإرسال التليفزيونى المذاع . وفى أواخر الأربعينيات ، عنـدمـا بدأ النـاس فى اقتنـاء أجهـزة الاستقبال التليفزيونى ، لم يكن الكثيرون يستطيعون استقبال صورة واضحة . وكان ذلك أمراً محبطاً لمن اشترى جهازاً

غالى الثمن . وكانت أسباب الاستقبال السيء للصورة معروفة جيداً . فمن ناحية ، لم تكن محطات الإرسال الأولى قوية للغاية . وكان القصرر فى استقبال الصورة يصبح محدوداً إذا كان صاحب الجهاز يسكن بالقرب من محطة الإرسال ، أما بالنسبة لمن يسكنون على مسافة بعيدة من المحطة ، فإن الاستقبال يمكن أن يكون ضعيفاً . وكانت الصورة فى الغالب تظهر غير واضحة ومشوشة أو ضعيفة . وحتى السيارة المارة فى المنطقة كان يمكن أن تحدث تداخلاً كهربياً وتؤدى إلى ظهور ما يشبه قطع الجليد على الشاشة أو تسبب جريان الصورة رأسياً . وبالإضافة إلى ذلك ، أدت حقيقة أن الإشارة التليفزيونية تنتقل فى خط مستقيم إلى التقليل من جودة الاستقبال أو حتى استحالة حدوثه فيها وراء المبانى المرتفعة أو على الجانب الآخر من التلال أو الجبال وما أشبه ذلك .

وهناك بعض الجدل حول المكان الذى بدأ فيه استخدام الكابل للاستقبال التليفزيونى المنزلى . ويؤكد أحد الآراء أن ذلك حدث عام ١٩٥٠ بمنطقة لانسفورد بولاية بنسلفانيا الأمريكية . فقد تلقى روبرت تارلتون ، الذى كان يمتلك ورشة لإصلاح أجهزة الراديو والتليفزيون ، العديد من الشكاوى حول الاستقبال . وكان أصحاب الأجهزة يحضرونها إليه معتقدين أن بها خللاً ما وأنها تحتاج إلى إصلاح . ولكن تارلتون أدرك المشكلة . إن المدينة كانت تبعد ٦٥ ميلاً فقط عن فيلادلفيا ولكنها كانت تقع وراء جبل كان يعترض طريق الإشارات . وقرر تارلتون أن يجرب طريقة جديدة . فوضع هوائياً « إيريال » ضخماً وقدم وصلة بالكابل مقابل اشتراك شهرى لكل مشترك فى بيته . وأطلق على مشروعه اسم شركة بانثر فالى للتليفزيون Panther Valley Television Company . لقد أصبح بوسعه أن يوصل لمشتركيه العاجزين عن تشغيل أجهزتهم إشارات تليفزيونية ممتازة . لم يبتكر تارلتون أى برامج جديدة فكل ما فعله هو التقاط إرسال الشبكة التليفزيونية باستخدام الهوائى المشترك الخاص به ، ثم نقل هذه الإشارات ، عن طريق النظام الذى ابتكره ، للمنازل .

وقد راجت هذه الفكرة وانتشرت بسرعة وأصبحت مشروعات الهوائى التليفزيونى العام Community Antenna Television "CATV" تغطى جميع أنحاء البلاد . وكان معظمها مجرد مشروعات صغيرة فى المناطق النائية ولا يتجاوز عدد المشتركين فيه مئات قليلة . وحتى بعد عشر سنوات ، وفى عام ١٩٦٠ ، كان أقل من ٢ فى المائة من الأسر الأمريكية التى لديها جهاز تليفزيون هى فقط التى تستقبل الإرسال بهذه الطريقة . بينما

كان عدد الشركات التى تقدم خدمة الكابل يصل إلى ٦٤٠ شركة .

ورغم ذلك ، فمع توسع هذه الأنظمة ، انضم إليها المزيد والمزيد من المشتركين . وبدأت المحطات التى تبث الإشارات التليفزيونية أصلاً تعترض . فكانت ترى فى هذه الشركات مجرد كيانات طفيلية لا تدفع أى مقابل للإشارات التى توزعها على مشتركيها ولكنها رغم ذلك تحصل على أرباح مالية . والأكثر من ذلك أنه ، مع زيادة تعقد التكنولوجيا ، أصبحت الكابلات قادرة على أن تقدم لمشتركيها الإشارات التى يتم إرسالها من مدن أخرى على مسافات أبعد . وبالنسبة لمحطة الإرسال المحلية ، كان ذلك عملاً غير مرغوب فيه وغير عادل . وكانت النتيجة عدد من القضايا والدعاوى القانونية .

ومن هذا الصراع ، خرج مبدأ أن الكابل التليفزيونى يخضع لقانون لجنة الاتصالات الفيدرالى "FCC" مثله فى ذلك مثل إذاعة الإشارات عبر الأثير . وأدى هذا الحكم القانونى إلى وقف تطوير الكابل التليفزيونى من الناحية العملية . وقد فرضت لوائح معقدة بالنسبة لما يمكن وما لا يمكن بثه عبر الهوائى التليفزيونى المحلى العام (CATV) أو غير ذلك من أنظمة الكابلات الأخرى . ورغم ذلك ، فبحلول عام ١٩٧٩ ، بدأت لجنة الاتصالات الفيدرالية "FCC" تخفف العديد من هذه القيود . ومنحت للحكومات المحلية سلطة منح شركات الكابل الخاصة امتيازات خاصة لتشغيل أنظمتها فى مناطقها . وفى مقابل ذلك ، احتفظت الحكومة بحقها فى فرض شروط عديدة والسيطرة على ما يتم نقله عبر الأسلاك . واليوم ، يتغير هذا الموقف باستمرار فى ضوء القضايا التى تنظرها المحاكم .

وفى الثمانينيات ، ارتفع بسرعة عدد المدن والبلدان والمناطق الأخرى التى يخدمها الكابل التليفزيونى . ففى بداية هذا العقد ، كان هناك أكثر من ٤ آلاف من أنظمة الكابل ، وكانت حوالى ٢٠ فى المائة من المنازل الأمريكية تستقبل الإشارات التليفزيونية بهذه الطريقة . وفى عام ١٩٨٧ ، وصلت نسبة من يستقبلون الإرسال التليفزيونى بالطريقة السلكية إلى ٤٥ فى المائة . وأصبحت بعض الأنظمة الكبرى العاملة فى مناطق المدن تخدم ملايين المشتركين .

إن الكابل يختلف من عدة نواحى عن الاستقبال اللاسلكى ، ولكن هناك بالتأكيد أنواعاً عديدة يمكن الاختيار من بينها . فبوسع المرء أن يستقبل الخدمة الأساسية مقابل رسم « اشتراك » شهرى . وهى عادة تشمل خليطاً من المواد المذاعة بينها إذاعات الشبكة

بالإضافة إلى قنوات خاصة للأحوال الجوية والرياضة والبرامج الدينية والأخبار والإعلانات الخاصة بالخدمات العامة وموسيقى الروك وغيرها . ويمكن للمرء أيضاً إضافة قنوات للأفلام أو غيرها من الخدمات الخاصة مقابل رسوم إضافية .

وقد اعتقد البعض أن أنظمة الكابل ستؤدى إلى المزيد من التقدم فى البرامج ولكن ذلك لم يحدث واتضح أن المضمون الذى تقدمه أنظمة الكابل أصاب الكثيرين من المشتركين بالإحباط . فقد قدم تليفزيون الكابل نفس البرامج التى تبثها محطات التليفزيون العادية . . المسلسلات والمصارعة وكوميديا الموقف والأفلام القديمة والمباريات الرياضية والأخبار وموسيقى الروك وما إلى ذلك . ويرجع السبب فى عدم ارتفاع المستوى إلى أن تليفزيون الكابل يعتمد على نفس نظام الدعم المالى بالإعلانات والذى يتوجه أساساً إلى الطبقة الاجتماعية والاقتصادية الوسطى السفلى (حيث تتجاوز القدرة الشرائية لأفرادها معاً غيرها من المستويات والطبقات الاجتماعية الأخرى) . وكان هذا هو نفس الوضع الذى تسير عليه الشبكات التليفزيونية . وهكذا ، لم يكن مضمون ما يقدمه تليفزيون الكابل مختلفاً بالنسبة لمستوى الذوق . وكان كل ما هناك هو حدوث زيادة فى الكم فقط .

وقد أدى ظهور تليفزيون الكابل إلى حدوث بعض الأذى ولكنه لم يسبب أضراراً جسيمة بعد . حيث استمر الإرسال التليفزيونى العادى ، ولكن يستحيل إنكار حقيقة أن الكابل شكل منافسة حقيقية . وكان أحد المخاوف أن تليفزيون الكابل سيؤدى إلى خلق نوع من المشاهدين المتخصصين بنفس الطريقة التى حدثت مع المجلات المعاصرة . فقبل التليفزيون كانت هناك مجلات عامة عديدة تخاطب قطاعات عريضة من القراء . وقد توقفت عملياً هذه المجلات عن النشر وحلت محلها مجلات متخصصة الهدف منها مخاطبة قطاعات من الناس تشترك فى اهتمام أو ذوق معين . ولدينا فى الوقت الراهن آلاف المجلات ذات التوزيع الأصغر والتى تتناول اهتمامات مثل الكمبيوتر وصيد السمك والسيارات ورياضة الزوارق والموضة والرجيم الغذائى . . إلخ . وبمعنى آخر ، فإن قراءة المجلات أصبحت مسألة تتسم بالتخصص إلى حد بعيد . ولكن برغم التكهنات المتسرعة ، فإن تعدد القنوات التليفزيونية المتاحة بالكابل لم يسفر عن تقسيم المشاهدين إلى تكتلات من الاهتمامات أو الأذواق المحددة . وظلت أعداد ضخمة من الناس تشاهد البرامج التليفزيون العادية .

وفى الوقت الراهن ، تخوض شبكات التليفزيون كفاحاً متصاعداً للاحتفاظ بمشاهديها . وفى مرحلة سابقة كانت ثلاث شبكات رئيسية فقط تتقاسم الجمهور المفتون بها بشكل أو بآخر . أما اليوم ، فإن بعض المشاهدين على الأقل يتحولون نحو تلقى الإرسال التليفزيونى عن طريق الكابل فقط . ومما يؤدى أيضاً إلى إثارة المزيد من التشاؤم أن هؤلاء المشاهدين يستخدمون وسائل التسجيل حتى يكون بوسعهم مشاهدة الأفلام أو غيرها من الشرائط التى يمكنهم استئجارها وتشغيلها على أجهزة الاستقبال فى المنزل . أما بالنسبة لما سيحدث لتليفزيون الشبكات فى المستقبل ، فهو ما لا يعرفه أحد .

جهاز تسجيل الفيديو كاسيت

فى الوقت الذى كان التليفزيون يشهد فيه أسرع مراحل انتشاره ، كانت شركة « أمبكس » فى نيويورك تقوم بتطوير وسيلة قدر لها أن تكون صاحبة أعمق تأثير على صناعتى التليفزيون والسينما . ففى عام ١٩٥٢ ، قام تشارلز جنسبرج ومعه خمسة آخرين من مهندسى شركة « أمبكس » بتطوير طريقة لتسجيل برامج التليفزيون على شريط مغناطيسى ، وكان استخدام مثل هذه الأشرطة فى تسجيل البرامج المسموعة شائعاً على نطاق واسع ، لذلك لم تكن فكرة تسجيل الصورة ثورية . والأكثر من ذلك أنه كانت هناك تكنولوجيا موجودة بالفعل يطلق عليها اسم كينيسكوب kinescope وكانت تستخدم لتسجيل برامج التليفزيون ولكنها كانت بطيئة ومزعجة ولا تؤدى للحصول على نسخة ذات نوعية جيدة من المادة المسجلة .

وبعد تأخيرات عديدة ، تم تطوير جهاز التسجيل ودخل إلى صناعة التليفزيون فى عام ١٩٥٦ . وقد أطلق على هذا الجهاز اسم « فى . تى . آر » وهى اختصار لعبارة "Video Tape Recorder" وكان الجهاز فى حجم حقيبة السفر ويستخدم أربعة رؤوس تسجيل متحركة للتسجيل على شريط يصل عرضه إلى بوصتين . وكانت بكرات شريط التسجيل أكبر بكثير (بمقاييس اليوم) ويبلغ قطرها ١٢ بوصة [١٠] .

وسرعان ما اعترفت صناعة التليفزيون بالطبيعة العملية لجهاز التسجيل الجديد . وأصبحت شركة سى . بى . إس (CBS) هى أول شبكة تستخدم تكنولوجيا الفيديو (VTR) . وفى ٣٠ نوفمبر ١٩٥٦ ، أذاعت هذه الشبكة استعراض « دوجلاس إدواردز

والأخبار » مسجلاً . وحصلت شركة « أمبكس » التى أنتجت جهاز تسجيل الفيديو على جائزة « إيمى » فى العام التالى اعترافاً بقيمة التطور الجديد الذى توصلت إليه . ولو كان قد قدر لشبكات التليفزيون أن تتنبأ بالصعوبات التى سيسببها لها جهاز الفيديو فى نهاية الأمر فربما كانت قد فكرت فى تغيير موقفها من المخترع والجهاز نفسه .

وقد انتشر جهاز الفيديو VTR بسرعة فى كافة أرجاء صناعة التليفزيون رغم أنه ظل مجهولاً لعامة الناس . وكان الفيديو بالفعل بمثابة هدية من السماء لاستديوهات التليفزيون . فقد أمكن تسجيل البرامج بشكل مسبق وإذاعتها فى الوقت الملائم دون حدوث أخطاء على الهواء . والأكثر من ذلك أن شريط التسجيل يمكن بسهولة الحذف منه وتقليل طوله بحيث يلائم الوقت المحدد لإذاعته . وسرعان ما انتشر شريط تسجيل الفيديو إلى ما وراء استديوهات التليفزيون . وبدأ عدد من الناس يعترفون بالقيمة العملية للمادة المسجلة بالفيديو لإعادة عرضها فى وقت لاحق . كما بدأ استخدام الفيديو على نطاق واسع فى مجال التدريب .

واستخدمت المدارس هذه التكنولوجيا الجديدة واعتقد الكثيرون أنها ستحدث ثورة فى التعليم . فقد أصبح بالإمكان تسجيل دروس ومحاضرات الأساتذة والمعلمين لإعادة عرضها فى وقت لاحق على شاشات التليفزيون . كما زودت قاعات الدرس والمحاضرات فى عدد من الكليات والجامعات بأجهزة التليفزيون حتى يمكن مشاهدة المحاضرات من أى مكان فى القاعة . ولم تعد المحاضرات عبارة عن مدرس وسبورة وقطعة طباشير . بل أصبح بالإمكان تقديم المحاضرات بشكل أفضل وأكثر دواماً مع استخدام وسائل الإيضاح المرئية مثل الرسومات والصور ومقتطفات من أفلام أخرى وما شابه ذلك . وفوق كل ذلك ، اعتقد المسئولون عن إدارة الكليات أن التعليم بالفيديو ربما يكون أقل تكلفة من الناحية المادية ، وأن كل ما سيحتاجونه هو عدد أقل من الأساتذة والشرائط التى يمكن شراؤها من شركات التوزيع ، والتى تتضمن المناهج التى ستجرى دراستها . ولسنا بحاجة إلى القول أن الأمور لم تكن على هذا القدر من البساطة . فقد استمرت رغبة التلاميذ فى أن يكون هناك مدرس حقيقى وكائن حى يقف أمامهم فى قاعة الدرس . وحتى المدرس الذى يثير الملل ، كان أفضل بالنسبة لهم من جهاز التليفزيون .

وشاعت استخدامات أخرى عديدة للفيديو . فقد استخدم لتدريب العاملين

وكوسيلة إعلانية وفى تسجيل كلمات وسلوك الأشخاص الذين كان يقبض عليهم بتهمة قيادة السيارات وهم مخمورون . ووصلت استخدامات الفيديو إلى حد تسجيل الشهادة فى المحاكم . وحتى قبل نهاية عام ١٩٦٠ ، كان جهاز الفيديو (VTR) مازال يعتمد على شرائط البكر ولم يكن من السهل حمله أو نقله من مكان لآخر .

طراز الكاسيت . مع بدء عام ١٩٧٠ ، تم التقليل من حجم جهاز الفيديو (VTR) . وظهرت نماذج عديدة تستخدم شرائط أصغر . والأهم من ذلك أن عدداً من القائمين على تطوير الفيديو أمكنهم وضع شريط التسجيل داخل علبة صغيرة بحيث أصبح كل ما يحتاجه من يستخدم الجهاز هو مجرد وضعه فى فتحة بالجهاز والضغط على زر أو اثنين لكى يسجل أو يشاهد المادة المطلوبة . قد أصبح بوسع المرء أن يسجل البرامج التليفزيونية التى يريدها بعد توصيل الفيديو بالتليفزيون بحيث يشاهدها فى أى وقت يشاء . فى ذلك الحين ، لم يكن تليفزيون الكابل متاحاً بالنسبة لغالبية الناس . وبات واضحاً أن جهاز الفيديو الجديد الذى أطلق عليه اسم Video Cassette Recor-der (VCR) (مسجل الفيديو كاسيت) سيكون له مستقبل مشرق [١١] .

وقد حدث تدافع أو إقبال هائل على تسجيل أكبر عدد ممكن من المواد المرئية على شريط الفيديو كاسيت . وتوقعاً لزيادة طلب المستهلكين ، تم تسجيل كل شىء . . دروس الطبخ ومسرحيات شكسبير ومباريات الملاكمة وعدد لا حصر له من الأفلام السينمائية القديمة . ورغم ذلك ، فإن الإقبال الهائل لم يتحقق . فمن ناحية ، كان ثمن جهاز الفيديو مرتفعاً للغاية . وفى أوائل السبعينيات كان هذا الثمن يصل إلى حوالى ٨٠٠ دولار وهو مبلغ كبير جداً بمقاييس ذلك الحين . وكان بوسع بعض الأثرياء فقط شراء الفيديو ، ولكن غالبية المستهلكين لم يكن بوسعهم ذلك .

وكان هناك عنصر أهم أدى إلى عرقلة انتشار الفيديو وهو تلك الفوضى حول الجانب التكنولوجى لهذا الجهاز . فالشركات المنتجة المختلفة عجزت عن الاتفاق على مقاييس مشتركة ومحددة . وفى منتصف السبعينيات ، كانت هناك خمسة أنواع مختلفة من الفيديو كاسيت فى الأسواق وكل منها له تكنولوجيا تختلف عن الأنواع الأخرى . وقد حاول المنتجون استخدام كل شىء ابتداءً من الفيلم ٨ ملليمتر وحتى الاسطوانات الصغيرة لتسجيل المواد عليها . وكان هذا الموقف مشابهاً للفوضى التى حدثت فى وقت

سابق من هذا القرن فى مجال الإذاعة المسموعة أو الراديو . ورغم ذلك ، ففى حالة الفيديو لم تكن للحكومة الفيدرالية أى سلطة لفرض معايير محددة [١٢] .

وفى نهاية الأمر ، وبعد أن خسرت الشركات المنتجة لجهاز الفيديو الملايين ، تم تحقيق اتفاق على معايير قياسية . ولكن ، فى منتصف السبعينيات ، دخل اليابانيون واستولوا على التكنولوجيا التى طورتها شركة أمبكس وغيرها من الشركات الأمريكية . وقد أدخل اليابانيون بعض التحسينات المحدودة على الفيديو وبدأوا فى إنتاج نظام خفيف الوزن ورخيص نسبياً أطلق عليه اسم نظام بيتاماكس . وفى عام ١٩٧٧ ، كان قد تم بيع أكثر من ٢٠٠ ألف جهاز من هذا النظام . وأصبح الأمريكيون على وشك البدء فى شراء جهاز الفيديو كاسيت للاستخدام المنزلى . ولسوء الحظ ، فإن معظم أرباح تصنيع جهاز الفيديو قدر لها أن تذهب لليابان .

صراع قانونى . لم يمر اقتحام اليابانيين للسوق الأمريكى بسهولة ولم يستسلم رجال الأعمال الأمريكيين لذلك . فقد ذهبوا إلى المحاكم ، واندلعت معارك قانونية حول بيع وحتى امتلاك أجهزة تسجيل الفيديو والفيديو كاسيت . ورفع اثنان من المنتجين السينمائيين قضايا ضد شركة « سونى » اليابانية يتهمونها فيها بانتهاك حقوق النسخ والملكية والتدخل فى بيع برامج مسجلة للعرض التليفزيونى والإثراء غير المشروع وكل الاتهامات الأخرى التى تفتقت عنها قريحة المحامين . وكانت القضية الرئيسية فى كل هذا الجدل هى أن جهاز الفيديو كاسيت يمكن استخدامه لنسخ المواد المرئية بطريقة غير مشروعة وأن ذلك يسبب أضراراً للمنتجين الشرعيين للبرامج التليفزيونية .

وقد خسر الأمريكيون هذه المعركة القانونية . وأصدرت المحكمة حكماً ابتدائياً بأن من حق الناس فى منازلهم أن يسجلوا ويشاهدوا ما يريدون مادام ذلك للاستخدام الشخصى [١٣] . وتم استئناف القضية التى وصلت فى نهاية الأمر إلى المحكمة العليا . وحتى الكونجرس شارك أيضاً فى هذا الموضوع وعقد عدة جلسات استماع حول القوانين التى يجب تطبيقها فى هذا المجال . وكان من الواضح أن القضية الرئيسية هى أن منتجى هوليود لا يريدون أن يشاهد الناس الفيديو كاسيت . فقد أحسوا بأن الناس سيشاهدون الأفلام المسجلة فى منازلهم مما سيؤدى إلى معاناة شباك التذاكر فى دور السينما [١٤] . وحتى المعلنين فى التليفزيون كان لهم موقف مضاد للفيديو وطالبوا بمنعه أو على الأقل رفع ثمن

شرائه واستخدامه من خلال فرض الرسوم وغير ذلك من العقبات . وكان هؤلاء المعلنون يشعرون بالقلق بوجه خاص بسبب زر الفيديو الخاص بسرعة تحريك الشريط فى الأجزاء التى تتضمن الإعلانات مما يجعل إعلانات الفيديو غير ذات فعالية (١٥) .

وبعد ٧ سنوات من المشاحنات القانونية ، تم حل المشكلة أخيراً . وفى عام ١٩٨٤ ، حكمت المحكمة العليا فى الولايات المتحدة بأن استخدام أجهزة الفيديو كاسيت لتسجيل البرامج بالمنزل هو عملية قانونية لا تشكل انتهاكاً لقوانين النسخ وحقوق الملكية (١٦) . وكان هذا مبدأً هاماً فتح الطريق أمام صناعة جديدة بأسرها .

ومن المثير للسخرية أنه بينما انتصرت شركة سونى فى المعارك القانونية بالمحاكم الأمريكية ، فإنها خسرت السيطرة على سوق الفيديو كاسيت أمام إحدى الشركات اليابانية الأخرى المنافسة . فقد توصلت شركة ماتسوشيتا العملاقة إلى ما يسمى بنظام الفيديو المنزلى Video Home System (VHS) . والذى أتاح تسجيل ست ساعات على شريط واق مقابل ثلاثة فقط فى نظام بيتاماكس اليابانى أيضاً والذى أنتجته شركة سونى . ومنحت ماتسوشيتا التراخيص للشركات الأخرى ، وبينها شركات أمريكية ، لإنتاج ابتكارها من أنظمة (VHS) . وقد اجتاح فيضان أجهزة الفيديو هذه نظام بيتاماكس الذى أصبح عتيقاً ومهجوراً فى عام ١٩٨٧ .

تطور الملكية . مع اتضاح الموقف القانونى للفيديو ، أخذت هذه التكنولوجيا تكتسب المعايير القياسية وحدثت تخفيضات كبيرة فى أثمانها . وبدأ الأمريكيون فى شراء أجهزة الفيديو كاسيت بمعدلات متزايدة . ويوضح الجدول (٤ - ٣) أنه بحلول عام ١٩٨٦ ، كانت ٤٠ فى المائة من المنازل الأمريكية مزودة بأجهزة الفيديو كاسيت . وقد تزايد معدل امتلاك أجهزة الفيديو كاسيت بشدة وبدرجة توازى ما حدث مع جهاز التليفزيون خلال سنوات الخمسينيات .

وكان الانتشار المتزايد لأندية تأجير شرائط الفيديو هو أحد الدوافع الكبرى لزيادة ملكية أجهزة الفيديو . وتضمن قانون حقوق الطبع والنسخ الصادر فى عام ١٩٧٦ فقرة بند البيع الأول وهى تقر بأنه بمجرد شراء المشترى للعمل المسجلة ملكيته ، يصبح من حق هذا الفرد أن يفعل به ما يشاء . ويشمل ذلك تأجيره . وهكذا ، أصبح بوسع تجار التجزئة شراء الأفلام السينمائية المسجلة على شرائط من استديوهات السينما أو موزعيها

جدول (٤ - ٣) تطور ملكية أجهزة الفيديو كاسيت فى الولايات المتحدة (١٩٧٧ - ١٩٨٧) .

السنة	العدد الإجمالى لأجهزة الفيديو المباعة « بالألوف »	العدد الإجمالى للأسر (بالألوف)	أجهزة الفيديو المشتراة لكل أسرة	تصاعد نسبة امتلاك الأسر للفيديو
١٩٧٧	٢٠٠	٧٤ ١٠٠	,٠٠٢	—
١٩٧٨	٤٥٩	٧٦٠٠٠	,٠٠٦	,٨
١٩٧٩	٥٠٧	٧٧ ٣٠٠	,٠٠٦	١,٤
١٩٨٠	٧٦٣	٨٠ ٧٧٦	,٠٠٩	٢,٣
١٩٨١	١ ٣٦١	٨٢ ٤٠٠	,٠١	٣,٣
١٩٨٢	٢ ٣٠٠	٨٣ ٥٢٧	,٠٢	٥,٣
١٩٨٣	٤ ٠٩١	٨٣ ٩١٨	,٠٤	٩,٣
١٩٨٤	٧ ٠١٦	٨٥ ٤٠٧	,٠٨	١٧,٣
١٩٨٥	١١ ٨٥٣	٨٦ ٧٨٩	,١٣	٣٠,٣
١٩٨٦	١٣ ١٧٤	٨٨ ٤٥٨	,١٤	٤٤,٣

المصدر : compiled from the U.S. Bureau of Census, Statestical Abstract of the United States, 106th Ed., and the Electronic Market Data Book (Electronic Industris Associates, 1987).

ملحوظة : إن تصاعد نسبة امتلاك الأسر للفيديو قد تبدو مبالغاً فيها إذا أقلعت الأسر عن استخدام أجهزة الفيديو القديمة . ومن ناحية أخرى فقد تمتلك بعض الأسر أكثر من جهاز .

ثم القيام بعد ذلك بتأجيرها لأصحاب أجهزة الفيديو مقابل إيجار زهيد [١٧] . وبوسع المرء فى الوقت الراهن أن يستأجر شريط فيديو مقابل رسم زهيد . وهذه الشرائط ليست متاحة فحسب فى المؤسسات المتخصصة فى تأجيرها بل أيضاً فى محال السوبرماركت ومخازن الأدوية وحتى فى مجال الخردوات الصغيرة . ونتيجة لذلك ازدادت شعبية الأفلام السينمائية مرة أخرى ولكن الملايين أصبحوا يشاهدونها فى بيوتهم وليس فى دور السينما .

إن جهاز الفيديو كاسيت هو أحد أكثر الاختراعات شعبية فى التاريخ . فهناك إقبال شديد على شراء هذا الجهاز فى جميع البلدان . ويستخدم الفيديو على نطاق واسع كوسيلة ترفيه منزلية للقادرين على شرائه فى بعض مناطق العالم حيث تحظر دور السينما والملاهى الليلية والبارات (مثل العديد من الدول الإسلامية) وقد أدى ذلك إلى ظهور سوق سوداء ضخمة وعمليات قرصنة لنسخ وبيع الأفلام الأمريكية المستوردة (وغالباً

المحظورة) وعلى سبيل المثال ، تزايد الطلب فى الاتحاد السوفييتى على شرائط الفيديو مثل شريط التمرينات الرياضية لجين فونـدا والأفـلام الحديثة وتجاوز هذا الطلب بكثير المعروض من هذه الأفلام .

نظرة عامة

وفى النهـاية ، فقـد أتـاحت لنـا الفصـول السـابقـة حول الصحافة والسينما والإذاعة والتليفزيون بعض التفاصيل حول تأثير المجتمع على وسائل إعلامه . والواقع أن دراسة وسائل الإعلام فى هذا الإطار تؤكد على تراكم آثار الحضارة التكنولوجية وهى تشير إلى ابتكار وسائل الإعلام كتجسيد لهذه الآثار والسمات الحضارية . كما أنها تتابع تحولها من وسائل تقنية وفنية معروفة لقلة قليلة فقط إلى أشكال يمكن للعامة استخدامها . وفى نفس الوقت ، فهى تقتفى أثر نماذج انتشار وسائل الإعلام فى المجتمع وتبحث منحنيات اضمحـلالهـا وتـلاشيهـا لتحل محلها بدائل وظيفية أخرى . وهذا النوع من التحليل يكشف القليل بالنسبة للعمليات السيكولوجية لدى الأفراد وهم يقررون وسيلة الإعلام التى يختارونها أو وهم يتأثرون باستيعاب المضمون الإعلامى .

ويؤكد مثل هذا التحليل أيضاً على الصراعات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية الواسعة التى تميز المجتمع خلال تطور كل وسيلة إعلامية . فهناك عوامل مثل الحروب والكسـاد الاقتصادى والرفاهية والهجرة وتحول الريف إلى مدن وانتشار التعليم ووجود عناصر تكنولوجية معينة فى حضارة أى مجتمع تؤثر على تطور وانتشار وسيلة الإعلام . وهكـذا ، فإن الأحداث العديدة التى تصنع وتشكل تاريخ وسائل إعلامنا لا يمكن تفسـيرها فى فراغ نظرى . والنظر إلى هذه الأحداث كجزء من عمليات تطور معقدة تحدث عندما يصبح المجتمع أكثر تميزاً وأقدر على تحديد المزيد من التخصص فى المهام ، يضعها فى إطار التغيير الاجتماعى . كذلك ، فإن إظهار وسائل الإعلام كجزء من عملية تطور واسعـة للتصنيع والتمـدين إنما يربط بينها وبين الاتجاهين الرئيسيين فى المجتمع الحـديث . والـواقـع أن الفكـرة الأقدم بأن وسائل الإعلام قوى مستقلة تحدد شكل المجتمـع ، كما تريد ، تمثـل تبسيطاً مخلاً كما أنها فكرة قديمة عفى عليها الزمن . فوسائل

الإعلام تتشكل وفقاً للأحداث فى المجتمع ككل . وهى تتأثر بشدة بالعملية الجدلية للصراع بين القوى المتعارضة والأفكار والتطورات داخل نظام هذه الوسائل وبينها وبين المؤسسات الأخرى فى المجتمع . وبمعنى آخر ، هناك وسائل عديدة يؤثر بها المجتمع بعمق على وسائل إعلامه .

الهوامش

1. Gleason L. Archer, *History of Radio to 1926* (New York: American Historical Society, 1938).
2. John Baptista Porta, *Natural Magick*, ed. Derek J. Price (New York: Smithsonian Institute for Basic Books, 1957).
3. Monroe Upton, *Electronics for Everyone*, 2nd rev. ed., (New York: American Library Association, 1962), p. 137.
4. S. G. Sturmey, *The Economic Development of Radio* (London: Gerald Duckworth, 1958), p. 17.
5. Archer, *History of Radio*, p. 91.
6. Ibid., pp. 112–13.
7. Ibid., p. 312.
8. Girard Chester, Garnet R. Garrison, and Edgar Willis, *Television and Radio*, 3rd ed., (New York: Appleton-Century-Crofts, 1963), p. 24.
9. Alfred N. Goldsmith and Austin C. Lescarboura, *This Thing Called Broadcasting* (New York: Henry Holt, 1930), p. 279.
10. *Billboard Magazine*, February 22, 1986, p. 32.
11. *Newsweek*, July 10, 1970, p. 42.
12. Time, July 10, 1970, p. 40.
13. Time, October 15, 1979, p. 86.
14. *Newsweek*, April 26, 1982, p. 72.
15. Consumer Reports, May 1982, p. 236.
16. *Newsweek*, January 30, 1984, p. 57.
17. Forbes, November 19, 1984, p. 41.

الفصل ٥

وسائل الإعلام الجماهيرى كأنظمة اجتماعية

أوضحت الفصول السابقة الخلفية التاريخية والتطور التكنولوجى والنماذج المختارة لكل واحدة من وسائل الإعلام الجماهيرى التى تخدم فى مجال نقل المعلومة إلى الجماهير الأمريكية . وكما توصلنا من قبل ، فإن كل وسيلة من هذه الوسائل واجهت مجموعة فريدة من الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التى شكلت نموذجها الخاص فى المجتمع . وبسبب السمات التى يتسم بها الشعب الأمريكى فى ذلك الوقت ، كان انتشار الصحافة بطيئاً نسبياً على مدى قرن تقريباً ليصل إلى ذروته بالنسبة للفرد خلال فترة الحرب العالمية الأولى . . أما الفيلم بشكله التقليدى فقد انتشر بسرعة أكبر ، خصوصاً على مدى الأربعين عاماً ، ووصل إلى قمة مجده فى الفترة ما بين الثلاثينيات والأربعينيات . أما الإذاعة ، فكانت نموذجاً مختلفاً ، فقد انتشرت بسرعة فى البداية ثم أخذت تنتشر بشكل أكثر ثباتاً لمدة نصف قرن إلى أن بلغت أوجها فى الآونة الأخيرة . ومن ناحية أخرى ، تغلغل التليفزيون فى المجتمع الأمريكى فى أقصر وقت ملحوظ ، فقد زادت نسبة اقتناء أجهزة التليفزيون فى المنازل من ١٠٪ إلى ٩٠٪ على مدى عشر سنوات ، وكأى وسيلة اتصال جديدة ، كان على التليفزيون أن يجد مكاناً مرموقاً بين وسائل الاتصال الموجودة فعلاً ، وقد كانت نتيجة قدوم هذا الوافد درامية إلى حد ما .

فقد نافست الإذاعة ، بكل تأكيد ، الصحافة بشكل خطير فى مجال الإحاطة بآخر الأنباء ، كما أدى استخدام التليفزيون إلى إحداث تقليص واضح فى تقليد الذهاب إلى دور السينما ، ومن ثم بحثت الإذاعة عن الاحتياجات الجديدة التى تقدمها للمجتمع عندما ظهر التليفزيون . ويؤكد تاريخ الإعلام فى الولايات المتحدة أنه أكبر من مجرد تاريخ مجموع أجزائه . ولذا ، فإنه من غير الممكن فهم أنظمة الاتصال الخاصة بالمجتمع الأمريكى ككل من خلال إجراء دراسات موسّعة على وسيلة واحدة بشكل منفصل عن الوسائل الأخرى . وبينما نجد أنه من الضرورى تحليل كل وسيلة على حدة ، فإن من الضرورى أيضاً أن نفهم إلى أى حد تمثل وسائل الاتصال نظاماً عاماً لا يتجزأ عن المجتمع الأمريكى .

ومن الواضح تماماً أن وسائل الاتصال الجماهيرى غدت فى الوقت الحالى جزءاً مركزياً من هياكل مؤسساتنا . وهذا يعنى أنها ، فى الوقت الذى تمثل فيه صناعات قائمة بذاتها ، تغلغلت بعمق داخل كل واحدة من مؤسسات مجتمعنا الخمس . وعلى سبيل المثال ، فإن وسائل الإعلام ــ من خلال تركيزها على الخدمات ومنتجات مؤسساتنا التجارية والصناعية ــ تعتبر جزءاً أساسياً من المؤسسة الاقتصادية . وقد أصبحت وسائل الإعلام ــ من خلال قيامها بدور متزايد فى عملية الانتخابات ، واستخدامها فى مختلف اجتماعات لجان الكونجرس ، وتركيزها الأضواء على أنشطة الحكومة من خلال نشرات الأخبار ــ سمة مميزة فى مؤسساتنا السياسية . وقد أدى تركيزها الشديد على المواد الترفيهية والثقافية الشعبية التى يُستخدم معظمها على أنه مادة ترفيهية فى المنازل ــ أدى إلى أنها صارت عاملاً مهماً فى بناء الأسرة . ويرى الكثيرون أنها أصبحت جزءاً هاماً من المؤسسة الدينية ، كما أن وسائل الإعلام تعد ، إلى حد ما ، جزءاً من مؤسستنا التعليمية أيضاً . وباختصار ، تغلغلت وسائل الإعلام إلى داخل مجتمعنا حتى وصلت إلى أعماق مؤسساته إلى حد أن حياة الأمريكيين ــ كما نعرفها اليوم ــ قد تكون مستحيلة بدون وسائل الاتصال الجماهيرى .

ويعنى هذا الجانب من المؤسسات فى جهازنا الإعلامى بالتوازن أكثر مما يعنى بالتحول أو التغير . وقد ركزنا حتى الآن على التغيير بوصفه أكثر الجوانب وضوحاً فى وسائل الإعلام . . ومن المهم ــ فى هذا الفصل ــ أن نعرض وجهة نظرنا ، وأن نبين أن نظامنا الحالى يتألف من مكونات قد توفر لنا الاستقرار المتزايد . وهذا الجانب هام بالنسبة

لنظرية التحول الشامل كما سبق أن أوضحنا فى الفصول السابقة . . ولا تقتضى هذه النظرية حدوث تطور مطرد بل تعنى مجموعة المراحل التى خضع خلالها الشكل الأساسى للاتصال الإنسانى لتغيير سريع نسبياً وانتقالاً من مرحلة إلى أخرى . وخلال مرحلة معينة نجد أن التكنولوجيا الأساسية أو عملية الاتصال نفسها تحسنت بشكل مطرد ولكنها لم تتغير تغيراً جذرياً ، وقد نكون حالياً نمر بنفس الوضع ونحن على مشارف نهاية القرن العشرين .

ومن ثم ، فإن إدخال تحسينات أخرى على أجهزتنا الإعلامية سوف تتحقق ــ بلاشك ــ ولكن ما يمكن أن نشير إليه هنا هو أننا نمتلك حالياً نظام اتصال جماهيرى داخل مجتمعنا قد يستمر تقريباً لفترة زمنية ممتدة . وسوف يعمل هذا النظام كما كان عليه الحال خلال الخمسين عاماً الأخيرة بصرف النظر عن التقدم التكنولوجى الذى سيحدث بلا ريب . فوسائل إعلامنا سوف تبقى كنظام ثابت بسبب الوظائف الهامة التى تقدمها للمجتمع ككل . وهذا يعنى أن للنظام الإعلامى تأثيراته على الشعب ، وهى تأثيرات هامة فعلاً . ومادامت وسائل إعلامنا تلبى احتياجات المجتمع الهامة ، فإن النظام الذى يشبع هذه الاحتياجات سوف يستمر فى مكانه .

ومما سبق ، يمكننا أن نستنتج أن التغييرات والاتجاهات الفردية داخل وسيلة إعلام معينة غير هامة نسبياً فى ظل هذا المنظور الخاص بالنظام . وسواء زادت شعبية الصحف أو قلت ، وسواء ارتفعت شعبية شبكات التليفزيون أو انحدرت . وسواء اختفت الموجات الإذاعية المترددة AM لصالح الموجات المستمرة FM ، فإن الوظائف المرتبطة بوسيلة الاتصال سوف يستمر تقديمها بطريقة أو بأخرى . وحتى لو اخترعت وسيلة أخرى جديدة تماماً فجأة ، ووجدت لها مكاناً فى بيوتنا ، فإن نظام الاتصال ككل قد يظل مستقراً وثابتاً تقريباً لأن الوظائف التى يقدمها قد تظل قائمة .

وفى هذا الفصل ، سنعرض وسائل الاتصال الجماهيرى فى الولايات المتحدة الأمريكية من خلال هذا المنظور ، وسيتطلب ذلك توجهاً نظرياً مختلفاً جداً عما دُرج على استخدامه لفهم وسائل الاتصال الجماهيرى وتأثيراتها . وقد تابعت دراسات كثيرة آثار الاتصال الجماهيرى لفترة طويلة من خلال الإطار السيكولوجى . وعلى مدى عقود كانت الصيغة أو النموذج الإدراكى للمعلومات أو معرفتها هى أساس الأبحاث الخاصة بوسائل الإعلام الرامية إلى فهم تأثير مضمون وسائل الاتصال الجماهيرى على « المدركات » العقلية لأفراد الجمهور المشاهد أو المستمع ، وكان الافتراض هو أنه بمجرد أن يدرك

الأفراد مغزى المعلومات التى تقدمها لهم وسائل الإعلام ، فإن هذه المعلومات قد تغير عوامل المعرفة مثل الآراء والاحتياجات والاتجاهات والمعتقدات . وقد تُحدث هذه التغييرات بدورها تغييرات فى سلوك أفراد الجمهور ــ المشاهدين أو المستمعين .

وإذا كنا سنعيد النظر فى النظريات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام من خلال هذا الإطار النظرى فى الفصول القادمة ، فإن الهدف من التحليل الحالى مختلف تماماً . ولن نركز هنا على الفرد بل على النظام الإعلامى ككل وعلاقاته بالقطاع العريض من المجتمع الذى يعمل من خلاله . ويستلزم النظر إلى وسائل الإعلام كنظام اجتماعى يتألف من مكونات (عناصر) متنوعة تعمل داخل نظام اجتماعى أوسع ، يستلزم وضع افتراضات مختلفة تماماً وشكلاً تحليلياً موحداً . ومع ذلك ، فإنه بهذه الطريقة ، يمكن أن نفهم بشكل أفضل السمات الهامة لوسائل الإعلام التى تعمل داخل المجتمع الأمريكى .

وقد أوضحنا فى بداية هذا الكتاب نماذج عديدة لتطور التحليلات النظرية . . فقد تناولنا ثلاثة منها على الأقل هى : المذهب البنائى النفعى ، والتطور الاجتماعى ، ونموذج الصراع . ولكل منها نقاط تركيزه الخاصة واستخداماته . ويجب علينا أن نتجه إلى إطار من هذا النوع لفهم عدة مسائل ، منها : التنظيم ، والاستقرار ، وتغير صناعات وسائل الاتصال فى مجتمعنا أكثر من التركيز على التأثيرات النفسية على الأفراد . وفى التحليلات التالية سوف نركز على استقرار نظامنا الإعلامى ، وسوف نتبع فى ذلك « النموذج الوظيفى للبناء » كمنظور أساسى .

استقرار وسائل الإعلام فى المجتمع الأمريكى

من أهم القضايا التى تتعلق بأنظمة الاتصال الجماهيرى قدرة وسائل الإعلام على الاستمرار فى مواصلة عملها داخل المجتمع على مدى فترات طويلة من الزمن . وليس من الصعب فهم هذه الظاهرة فى مجتمع يقوم على الحكم الفردى (الدكتاتورى) حيث تتولى الحكومة إدارة هذه الوسائل بقصد الإشراف على تدفق المعلومات ، وتشكيل الرأى العام ، وتقديم تفسيرات إجمالية مقبولة من النظام . فمثل هذه المجتمعات تحتاج إلى أن تحافظ وسائل الإعلام فيها على تأييد واستجابة الجماهير . ولكن بالنسبة لمجتمع

ديمقراطى تلعب فيه الحكومة دوراً محدوداً ، فإن استقرار أنظمة وسائل الإعلام واستمرارها أمر يصعب تفسيره ، خصوصاً فى مجتمعات على شاكلة المجتمع الأمريكى ، حيث أن الصفوة البارزة تتهم وسائل الإعلام دائماً برداءة الذوق أو حتى بالخطورة الواضحة . فهم دائماً يتهمون وسائل الاتصال الجماهيرى بأنها العامل المحفز على زيادة ارتكاب الجريمة والشذوذ الجنسى وتدهور الملكات الفكرية وعلى « تآكل » المعايير الأخلاقية للمجتمع بشكل عام .

وقد دار حوار مستمر بين ممثلين عن وسائل الإعلام ومجموعة من الأوصياء الذين اختاروا أنفسهم للدفاع عن الأخلاق العامة للشعب ، وعن التطور الفكرى ، وعن الأذواق الثقافية (الحضارية) . وقد تناول هذا الحوار العديد من الموضوعات بما فى ذلك صور وأعمال الدعارة والعنف ، والمحتوى الترفيهى ذو المضمون التافه ، وإذاعة الأنباء السطحية ، والانشغال بالرياضة ، والتملق السياسى ، والإعلانات المثيرة للكآبة ، والموسيقى التى لا معنى لها ، وتقريباً كل الموضوعات الأخرى التى يمكن وصفها بأنها « تافهة » أو « عادية » أو « لا قيمة لها » ، أى أنها ذات « الذوق الهابط » .

ويريد كثير ممن يهاجمون وسائل الإعلام أن تتوقف عن إنتاج وتقديم الثقافة الجماهيرية أو (المادة ذات الذوق الهابط) ، وأن تقدم للجمهور مزيداً من الفن والأدب والتحليلات السياسية المتعمقة ، والموسيقى الجيدة ، والدراما الراقية ، والأشكال الأخرى من الثقافة الرفيعة . لقد تسببت هذه القضية الخاصة بالمفاضلة بين الثقافة الراقية والثقافة الشعبية أو الجماهيرية فى إثارة جدل حاد عندما أثيرت داخل أعلى الدوائر السياسية والتعليمية والدينية والقانونية فى الدولة . ولكن الحقيقة هى أن وسائل الإعلام الجماهيرى فى أمريكا ــ على الرغم من كثرة انتقادها أو إدانتها أو الهجوم عليها ــ مستمرة فى التركيز على العروض البسيطة والثقافة الجماهيرية والمحتوى ذى الذوق الهابط . والسؤال هو : لماذا يحدث هذا ، وكيف يستمر الاهتمام بهذا اللون فى الإسهام فى استقرار أنظمة وسائل الإعلام الأمريكية ؟ وللنظر إلى هذه الأسئلة من المنظور الصحيح ، نحتاج إلى إلقاء نظرة على « النموذج الوظيفى البنائى » لوسائل الإعلام . وسوف يتضح لنا أن وسائل الإعلام فى المجتمع الأمريكى تمثل نظاماً مؤسسياً راسخاً ، وأنها تقدم الاحتياجات الماسة للمجتمع . ولهذا السبب ، لا يمكن إحداث أى تغيير هام فيه بسهولة .

التاريخ الطويل للمشكلة

قبل اختراع وسائل الإعلام الجماهيرى بفترة طويله ، ربما يكون أفلاطون هو الذى قدّم الجولة الافتتاحية فى النقاش الجدلى حول الخسائر والمكاسب الاجتماعية للثقافة الجماهيرية . وفى تعليقه على تدريب الأطفال الذين كان يتم تدريبهم لتولى الزعامة فى جمهوريته المثالية ، كانت وجهة نظر أفلاطون هى أن الثقافة الجماهيرية فى أيامه تمثل خطراً على عقول الصغار .

> إذن ، هل سوف نسمح ببساطة لأطفالنا بالاستماع إلى أى قصص ألفها أى شخص من نسج خياله ، وبذلك تستقبل عقولهم أفكاراً غالباً ما تتعارض تماماً مع الأفكار التى نعتقد أنه ينبغى عليهم أن يعرفوها عندما يصبحون شباناً ناضجين ؟
>
> لا ، قطعاً لا . . هذا ما يجيب عليه « جلوكون » .
>
> إذن ، يبدو أن اهتمامنا الأول سوف ينصب على الإشراف على تأليف الحكايات والأساطير بحيث نرفض كل ما هو غير مقبول . وسوف نحث المربيات والأمهات على أن يقصوا على أطفالهم تلك الحكايات التى وافقنا عليها فقط . أما معظم الحكايات المستخدمة حالياً فينبغى التخلص منها [1] .

لقد استمر هذا الموضوع ــ « التسلية الشعبية تضر بعقول الصغار » ــ موضوعاً ثابتاً منذ بداية ظهور وسائل الاتصال الجماهيرى . ومن آن لآخر كانت هناك مزاعم تقول أن هذه الاتهامات يمكن إثبات صحتها بالدليل العلمى ، ولكن اتضح أكثر من مرة أن هذا الدليل يصعب تفسيره ، ولذا فهو محل جدل [2] . ويصر علماء الاجتماع على ضرورة تأييد أية نتائج هامة تتعلق بأثر وسائل الإعلام بالدليل الراسخ . وبسبب هذا الإصرار على البيانات المدعمة وليس العاطفة ، كانوا يجدون أنفسهم أحياناً فى وضع مربك ، حيث يبدون وكأنهم يدافعون عن وسائل الإعلام فى حين أنهم فعلاً يرفضون ببساطة قبول المزاعم غير المدلل عليها من النقاد .

ومع هذا ، فإن الإصرار على ضرورة بناء النتائج على دليل كاف لم يمنع الناقد الأدبى أبداً من اتهام وسائل الإعلام بالمسئولية العميقة عن مشكلات المجتمع . ولقد أنفق معظم كتاب القرن التاسع عشر فى أمريكا ، فى وقت ما من عملهم المهنى ، وقتاً

طويلاً فى نقد وإدانة الصحافة بسبب سطحيتها وتشويهها للحقائق . والمقتطفات التالية من كتابات كبار الشخصيات الأدبية المؤثرة تمثل نماذج لمناخ الرأى الذى ساد الأوساط الأدبية عندما بدأت الصحافة الجماهيرية تنتشر فى المجتمع الأمريكى :

هنرى ديفيد ثورو (وقد كتب ذلك قبل عام ١٨٥٠) :
أصبح من الشائع اليوم وجود « وظيفة البنس الواحد » أو (الحصول على بنس مقابل كل سطر فى الصحافة) فى مؤسسة يقدم من خلالها هذه « البنسات » لرجل ما مقابل الأفكار التى يعرضها وهو يشعر بالأمان . وإننى على يقين من أننى لم أقرأ أبداً أى أخبار تستحق أن يحتفظ بها فى الذاكرة . ولو قرأنا عن شخص سرق ، أو قتل أو لقى مصرعه فى حادثة ، أو احتراق منزل ، أو تحطم سفينة أو انفجار سفينة بخارية ، أو أن عربة جرت فوق قضبان السكك الحديدية ، أو مقتل كلب مسعور ، أو قدوم سرب من الجراد فى فصل الشتاء ، فإننا لا نحتاج إلى القراءة عن شىء آخر . فإذا كنت ملماً بالمبادىء ، فماذا يعنيك من الأمثلة أو التطبيقات العديدة ؟ . . إن هذه الأنباء تعتبر بالنسبة للفيلسوف رغياً وثرثرة ، وكل من يقرأونها وينشرونها ، هم النساء من كبار السن فى أثناء تناولهم للشاى [٣] .

صامويل كليمنز (فى عام ١٨٧٣) :
تشكل هذه السلطة الرهيبة ، أو الرأى العام لهذه الأمة ، جماعة من السذج الجهلة الراضين عن أنفسهم ممن فشلوا فى صناعة الأحذية وتوقفوا عند الصحافة فى طريقهم إلى بيوت ملجأ الفقراء [٤] .

وكتب ستيفن كرين فى ١٨٩٥ يقول :
إن الصحيفة هى مجموعة من أنصاف المظالم . .
حيث ينادى بها الأولاد من ميل لآخر . .
هكذا تنشر رأيها الغريب . .
إلى مليون من الرجال الرحماء أو الشاقين . .
بينما العائلات تستمتع بدفء النيران فى المدفأة . .
وهم يتأثرون بقصة عذاب طويل . .

الصحيفة هى محكمة . .
يحاكم أمامها كل فرد برقة وبلا عدل . .

بواسطة شرذمة من رجال أمناء . .

الصحيفة هى سوق . .
حيث تبيع الحكمة حريتها . .
وحيث يتم تتويج البطيخ بواسطة الجماهير . .

الصحيفة هى مباراة . .
حيث يحصل اللاعب المخطىء على النصر . .
بينما يكون جزاء اللاعب الخبير الموت . .

الصحيفة رمز . .
إنها سجل مهمل للحياة . .
وهى مجموعة من القصص ذات الصوت العالى . .
تركز على الغباء الأبدى . .
التى كانت تعيش بلا توقف فى الأزمان البعيدة . .
وهى تدور حول عالم بلا جدران [*] .

ولعل الجانب الملحوظ فى هذه العبارات هو أنك تستطيع ببساطة أن تستبدل كلمة « تليفـزيون » بكلمة « صحف » لتحصل على رؤية مماثلة إلى حد ما للعداء والهجوم الموجه بشكل أساسى إلى التليفزيون من جانب نقاد اليوم .

الجوانب الأساسية للتحليل الوظيفى

إن تماسك واستقرار وسائل الإعلام الجماهيرى بصفة عامة ، فى مواجهة تاريخ طويل من الانتقاد من جانب الأصوات العالية ، يحتاج إلى تفسير . فى البداية تبدو المشكلة بسيطة بشكـل خادع مضلل ، فوسـائـل الإعلام تثير إعجاب الجماهير ، والجماهير تريد نوع المحتوى الذى يحصلون عليه ، ولهذا تواصل وسائل الإعلام تقديم هذه النوعية لهم .

لقد بيّن عدد كبير من علماء الاجتماع مثل سكورنيا [٦] عدم دقة هذا التفسير بأن

أشار إلى مشكلة البيضة والدجاجة القديمة . . وفى أحسن الظروف ، فإنه من الصعب أن نعرف هل يحدد ذوق الجمهور مادة وسائل الإعلام أم أن مادة وسائل الإعلام هى التى تحدد ذوق الجمهور . قد تكون الإجابة مزيجاً من هذا وذاك ، لأن كلاً من ذوق الجمهور والمادة الإعلامية يمثلان السبب والنتيجة . فالعلاقة بين ذوق الجمهور والمادة التى تقدمها وسائل الإعلام أصبحت علاقة دائرية تمثل ـ بالمقارنة بمثال الدجاجة والبيضة ـ العملية المستمرة للدجاج الذى يضع البيض ، والبيض الذى يفقس الكتاكيت .

وتعتبر الطريقة الممكن أن تكون ناجحة لفهم العلاقة بين محتوى وسائل الإعلام الجماهيرى وذوق الجمهور ، ولتقديم تفسير ـ إلى حد ما ـ للاستمرارية الملحوظة للمستوى الثقافى (الهابط) لمحتوى وسائل الإعلام ، هى تلك الطريقة التى يقدمها « النموذج الوظيفى البنائى » . ويبدأ هذا النموذج التحليلى بمشاهدة وسيلة الإعلام بوصفها نظاماً اجتماعياً تعمل ضمن نظام خارجى معين ـ أى مجموعة الظروف الثقافية والاجتماعية ـ أو المجتمع الأمريكى نفسه . وتمثل زيادة هذا الاهتمام بتحليل الظاهرة الاجتماعية كما تحدث داخل حدود الأنظمة الاجتماعية تجديداً للاهتمام النظرى باستراتيجيات الماضى مثل استراتيجيات « سبنسر » و« تونيز » و« دوركهايم » التى ستناقش فى الفصل السادس .

والواقع أن تحليل « التركيب الوظيفى للأنظمة الاجتماعية » (أو للاختصار : التحليل الوظيفى) يعنى هو نفسه بنماذج وأنماط السلوك التى تنشأ عن أفراد أو مجموعات صغيرة ترتبط ببعضها داخل هذه الأنظمة . ولهذا السبب يعتبر النظام الاجتماعى فكرة مجردة abstraction ، ولكن الفرد لا يبتعد كثيراً عن السلوك الملحوظ والمتحقق بالتجربة للأفراد الذين يصدر عنهم هذا السلوك . إذن ، النظام الاجتماعى مجموعة متشابكة من السلوك الثابت والمتكرر والمقلّد الذى يعتبر ـ إلى حد ما ـ تعبيراً عن الثقافة التى يشاركه فيها الذين يؤدون أدوارهم ، وإلى حد ما تعبيراً عن التوجيهات النفسية للفاعلين (والتى تنشأ بدورها من هذه الثقافة) . ولهذا ، يعتبر النظام الثقافى والنظام الاجتماعى والأنظمة الشخصية (للمشاركين فى هذا النظام) والبيانات أنواعاً مختلفة للأفكار المجردة الناشئة عن نفس البيانات الأساسية ، وخصوصاً السلوك الرمزى والصريح للكائنات البشرية المفردة . وكلها تعتبر أفكاراً مجردة ومشروعة ، بالتساوى ، ويقدم كل منها أساساً للأنواع

العديدة من التفسيرات والتنبؤات . ولو تحدثنا بصفة عامة ، قد يكون من الصعب أو شبه مستحيل أن نحلل أو نفهم بالكامل مثل هذه الظاهرة المجردة دون الإشارة إلى أفكار أخرى .

ومع ذلك ، فإن التسليم بأن مصطلح « النظام الاجتماعى » عبارة عن فكرة مجردة علمية صحيحة ، كيف تساعد هذه الاستراتيجية للفهم والاستيعاب والإدراك العام على فهم وسائل الاتصال الجماهيرى ؟ للإجابة عن هذا السؤال نحتاج إلى أن نوضح بالتفصيل ماذا يُقصد بالضبط بهذا المصطلح وما نوع التحليل المتاح . ولكى نساعد على تقييم مثل هذا الإيضاح سوف نعرض باختصار عدة أفكار تمثل الجوانب الهامة فى دراسة النظم الاجتماعية . ولعل أحد أهم هذه الأفكار هو مفهوم « وظيفة » ظاهرة متكررة معينة (مجموعة من السلوك) داخل هذا النظام . لقد بدأنا هذا الفصل بعرض عدة أسئلة عن ظاهرة متكررة معينة (التقديم المستمر من جانب وسائل الإعلام للمحتوى ذى الذوق الثقافى الهابط) . وقد كان يُقال إن بقاء هذا المحتوى طويلاً ، رغم انتقادات النقاد المؤثرين ، يحتاج إلى تفسير . وسوف نقدم أحد أشكال التفسير بالإشارة إلى « وظيفة » مثل هذه الظاهرة المتكررة فى إطار نظام سلوكى مستقر . ويعنى مصطلح « وظيفة » فى هذا الإطار شيئاً أكثر بقليل من كلمة « نتائج » consequences ، ولكى نوضح ذلك باختصار ، قد نفترض أن الممارسة المتكررة لوضع خاتم الزواج فى الإصبع من جانب زوجين معينين له وظيفة (نتيجة) ، فالخاتم يذكرهما ــ هما والآخرين ــ بأنهما مرتبطان معاً بالالتزامات والروابط التى يقتضيها الزواج . ومن ثم ، فإن مثل هذه الممارسة تسهم بشكل غير مباشر فى المحافظة على استمرار الزواج ــ أى استقرار هذا النظام الاجتماعى الخاص . ويمكن تفسير هذه الممارسة ــ إلى حد ما ــ بملاحظة إسهامها فى الإطار الخاص بها . وعموماً فإن مقارنة عدد من الأنظمة المماثلة ، سواء بهذا المصطلح الخاص أو بغيره (ولكن بشرط انطباق الجوانب الأخرى) ، قد تساعد على اختبار هذا التأكيد .

وفى المثال السابق ، يعتبر النظام الاجتماعى نظاماً بسيطاً نسبياً ، فهناك « مكوّنان » لهذا النظام ، وقد يحدث أن يكون لكل منهما نموذج سلوكى خاص . وتشتق أنماط سلوكهما معاً من التركيب السيكولوجى الفردى للشريكين ومن القواعد الثقافية الخاصة بالزواج السائدة فى جماعتهما ، وطبقتهما الاجتماعية ، والمجتمع ، وهو نظام مصغر يحتمد

استقراره على إشباع « احتياجاتهما » . على سبيل المثال ، يستلزم هذا النظام أن يؤدى الشريكان الدور الذى يتوقعه كل منهما من الآخر ، وأن يحقق ما تنتظره الجماعة من أى زوجين . ويمكن النظر إلى ذلك على أنه « حاجة إلى أداء دور مناسب بدونه قد يتعرض استقرار النظام للخطر » . ويمكن أيضاً أن نشير إلى الاحتياجات الأخرى المتصلة بالمسائل الاقتصادية والإشباع العاطفى .

ويمكن بسهولة أن نشير إلى صور إيضاحية أكثر تعقيداً من النظم الاجتماعية حيث لا يشكل سلوك الأشخاص مكونات النظام بل النظم الفرعية . فعلى سبيل المثال ، ترى أن المتاجر الكبرى ذات الأقسام المتعددة عبارة عن نظام اجتماعى معقد يتشكل من سلوك أفراد الإدارة والمشترين والبائعين ومجموعة الموظفين والزبائن وعمال النقل (الحمّالون) وفريق البوابين وأفراد الأمن . وكل من هذه المكونات عبارة عن نظام سلوكى أصغر فى إطار نظام عمل المتجر نفسه ، وهو بدوره نظام معقد من العمل الذى ينفذ فى إطار الظروف الاجتماعية الخارجية للمجتمع . ورغم هذا التعقيد ، يمكن تحليل أى مجموعة معينة من الأعمال المتكررة فى إطار إسهاماتها فى المحافظة على استقرار النظام أو فساده . ولعل ضمان حصول الموظفين فى المتجر على حق شراء بضاعة ، مع الحصول على خصم عليها قد تكون وظيفته أو (نتيجته) هى المحافظة على معنوياتهم وولائهم وبذلك تساهم بطريق مباشر فى المحافظة على النظام نفسه . أما الإصرار الشديد على اتباع القواعد التافهة مثل الخصم من أجر عامل يتأخر فى مناسبات نادرة عن العمل فقد يكون محبطاً للمعنويات وضاراً بالولاء . ومن ثم ، يصبح إسهامه هو إحداث خلل وظيفى فى العمل ، وبدلاً من أن يسهم فى المحافظة على النظام ، فإنه قد يتسبب فى الاضطراب وعدم الاستقرار . ومثل هذه النتائج التى نتوصل إليها بشكل استنباطى قد تكون عرضة لاختبار صحتها طبعاً ، ولكن التحليل الوظيفى قد يؤدى إلى الافتراض الذى يتعين اختبار صحته (وهو وظيفة هامة للنظرية) .

الهيكل والوظيفة فى أجهزة الإعلام

يركز التحليل الوظيفى ، إذن ، على ظاهرة معينة تحدث داخل نظام اجتماعى . وهو

يسعى إلى إيضاح أن لهذه الظاهرة نتائج تساهم فى استقرار وبقاء النظام ككل . وقد يكـون لهذه الظاهرة ، بالطبع ، تأثير سلبى وفى هذه الحالة قد يقال أن لها « اختلالاً وظيفياً » أكثـر مما يقـال أن لها « وظـائف » . والتحليل استراتيجية ترمى إلى استنباط أو تحديد افتراض يمكن اختباره تجريبياً (أى بالتجربة) من خلال الدراسات المقارنة أو طرق البحث المناسبة .

إن تحليل الأنظمة الاجتماعية عمل صعب للغاية نظراً لعدم وجود قواعد صحيحة تماماً يمكن أن تحدد بدقة كيفية تحديد وتعريف الحدود الدقيقة لنظام اجتماعى بعينه ، خصوصاً إذا كان معقداً نسبياً . وحتى الآن ، لا يوجد معيار متفق عليه تماماً لتحديد الروابط القائمة بين مكونات نظام ، ولا تستطيع أى صيغ قياسية أن تكشف النقاب عن الإسهام الدقيق الذى يقدمه شكل متكرر معين من السلوك لاستقرار نظام ما ، لأن التحليل الوظيفى لإسهام عنصر ما فى استقرار نظام ما إلى حد معين ، يعتبر إجراءً دقيقاً جداً . ولكن رغم هذا الانتقاد القوى ، أثبتت هذه الاستراتيجية أنها مفيدة فى محاولتنا الرامية إلى فهم الظاهرة الاجتماعية المعقدة مثل ظاهرة وسائل الإعلام الجماهيرى .

محتوى الذوق الهابط كظاهرة متكررة

كيف يمكن تطبيق هذا النوع من التحليل على وسائل الإعلام الجماهيرية ؟ نستطيع أولاً أن نحدد هذا الجزء من محتوى وسائل الإعلام الذى يقع ضمن الذوق الثقافى « الهابط » أو الذى يعطى إشباعاً للجماهير العريضة بحيث يعتبره البعض ــ وعلى نطاق واسع ــ أنه يحط ضمنياً من قدر الذوق ، بوصفه « السمة أو النزعة المستمرة نسبياً » [٧] لوسائل الإعلام الجماهيرى ، موضوع بحثنا . وقد يكون من الصعب ــ من الناحية العملية ــ أن نحدد مجموعة من الأنواع أو الدرجات فى ظل هذا المفهوم عند تحليل وسائل الإعلام حتى يسهل تحديد الذوق الثقافى الهابط . فالعنف الزائد ، والتصوير بالرسم أو بالألفاظ للأسـاليب الإجـرامية ، ومـوضـوعات الرعب والوحشية ، والمصور والبرامج الإباحية النـاضحـة والسـافـرة والموسيقى المثيرة ، والميلودراما الموحشة ، كلها درجات أصلية للمحتوى الذى يثير استياء النقاد . وقد يحدث خلاف كبير حول المحتوى الدقيق الذى ينبغى إدراجه تحت أى نوع أو درجة معينة . كما قد ينشأ أيضاً جدل شديد حول عدد

« الدرجات » المستخدمة . ومع ذلك ، فإنه من الناحية النظرية ، يمكننا أن نوضح أن محتوى أى وسيط معين يجد اعتراضاً شديداً من جانب العدد الأعظم من النقاد . وسوف نفترض ـ من خلال الوقت الكافى والمصادر ـ ومع استخدام تقنيات (أساليب) ومقاييس التمييز ووسائل قياس الاتجاه وإجراءات البحث الأخرى المتاحة حالياً ـ سوف نفترض أن محتوى أى وسيط معين يمكن تقسيمه إلى الدرجات الثلاث الآتية :

المضمون الهابط : قد يكون هذا النوع من المضمون هو محتوى إعلامى تم توزيعه على نطاق واسع وشاهدته الجماهير العريضة ، وقد يكون مثيراً لاستياء النقاد بشكل مستمر . ونضرب لذلك أمثلة : دراما الجرائم التليفزيونية التى تؤكد على العنف أو البرامج الجنسية الفاضحة التى تصل إلى حد الدعارة والتى يعرضها تليفزيون الكابل سواء كانت على شكل أشرطة الفيديو أو أفلام سينمائية أو المسلسلات اليومية التى تذاع نهاراً أو مجلات الاعترافات أو كوميديا الجريمة أو الموسيقى المثيرة أو أى محتوى آخر يؤدى ـ بشكل واسع ـ إلى الإسهام فى خفض مستوى الذوق وإفساد الأخلاق أو الإثارة للقيام بسلوك غير مقبول اجتماعياً (سواء أكانت هذه الاتهامات حقيقية أم لا) .

المضمون الذى لا يثير الجدل : قد يكون هذا النوع ضمن محتوى وسائل الإعلام الجماهيرى وأنه تم توزيعه على نطاق واسع وتمت مشاهدته ولكن لم يقل النقاد عنه سوى القليل جداً . ويثير هذا النوع جدلاً حول أثر وسائل الإعلام على الجماهير . . ومن أمثلة ذلك تقارير الطقس ، ومحتوى أخبار معينة ، والموسيقى التى لا هى سيمفونية ولا شعبية ، والمجلات التى تركز على الاهتمامات المتخصصة ، والأفلام السينمائية التى تستخدم موضوعات خاصة بالصحة ، وغير ذلك من الأمثلة . ولاشك أن هذا المحتوى لا يرفع مستوى الذوق ولا يحط من قدره ، كما لا ينظر إليه على أنه يهدد المستويات الأخلاقية .

مضمون الذوق الراقى : قد يكون هذا النوع ضمن محتوى إعلامى تم توزيعه

على نطاق واسع ولكن لا تشترط بالضرورة مشاهدته . إنه المحتوى الذى يشعر النقاد الإعلاميون بأنه يقع ضمن الذوق الأفضل أو الأسمى ، وأنه يرقى بالأخلاق والتعليم ، وأنه مهم إلى حد ما . ومن أمثلة ذلك الموسيقى الجادة والدراما المعقدة والمناقشات السياسية . والنقاد هم أبطال هذا المحتوى لأنه الجانب المقابل لمواد الذوق الهابط التى يرون إمكانية الاعتراض عليها بوضوح .

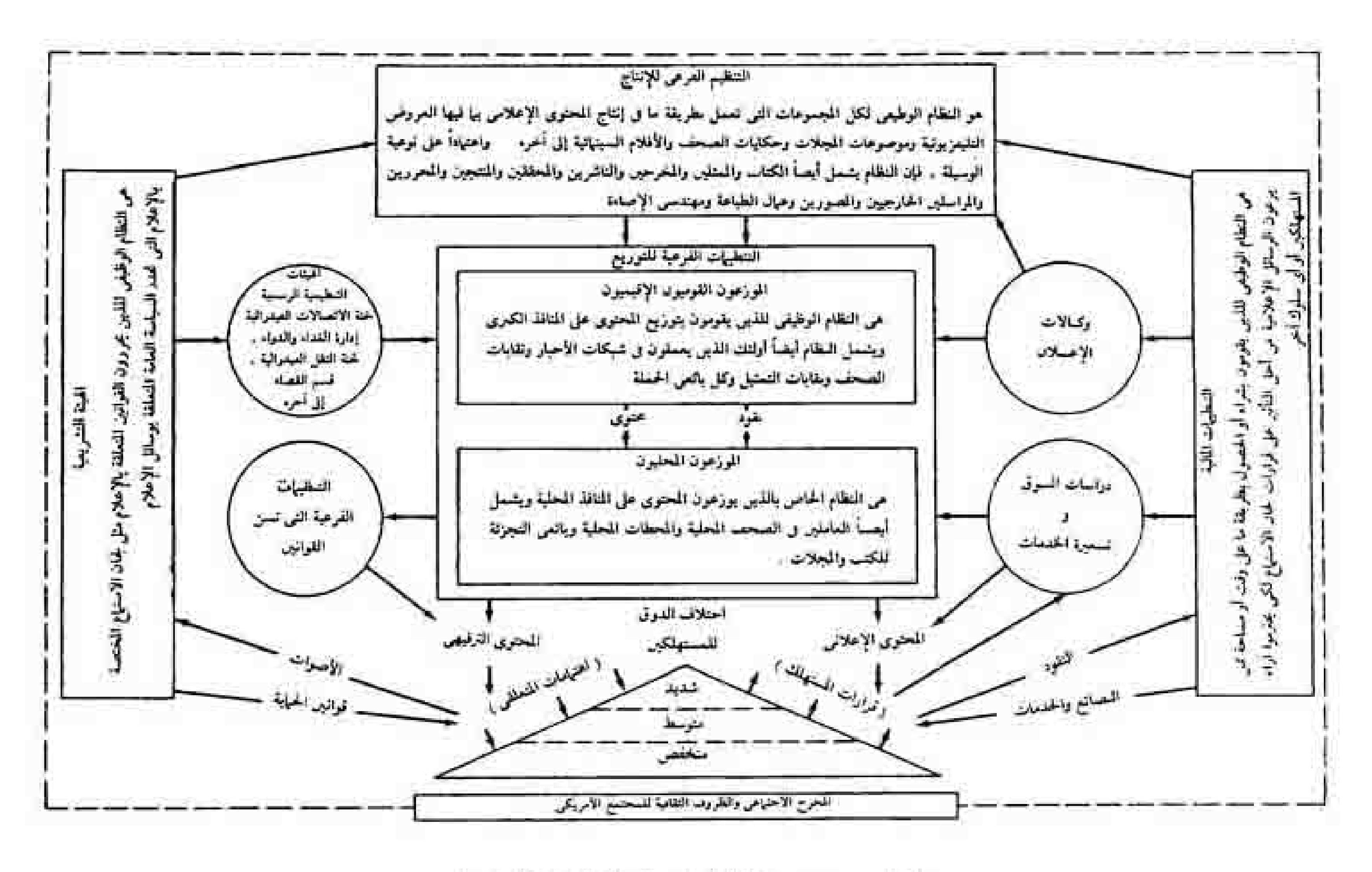
ونحن نرغب بالطبع أن نوجه معظم اهتمامنا إلى أول الأنواع المذكورة حيث أنه يمثل الظاهرة المتكررة التى نحتاج إلى تحليل إسهامها فى الإعلام (بوصفه نظاماً اجتماعياً) . وقد يكون من الممكن أيضاً دراسة النوعين الآخرين من خلال منظور موازٍ إلى حد ما ، ولكن هذين النوعين سيحظيان باهتمام أقل نسبياً خلال مناقشاتنا هذه .

مكونات وحدود النظام الاجتماعى

الآن نحتاج إلى أن نبدأ فى تحديد عناصر وحدود النظام الاجتماعى الذى يحدث بداخله محتوى الذوق الهابط حتى نتمكن فى النهاية من وضع افتراض خاص بإسهامه فى هذا النظام .

وبدلاً من أن نضع نظاماً وصفياً بحتاً ينطبق على وسيط أو وسيلة إعلامية واحدة فقط ، فإنه من المفيد أكثر أن نضع مفهوماً عاماً يمكن أن يندرج تحته أى أو كل وسائل الإعلام ، مع بعض التعديلات الطفيفة فى التفاصيل . وسوف يؤكد هذا المفهوم العام على أوجه الشبه بين وسائل الإعلام ، خصوصاً فى مجال العلاقة بين مكونات هذا النظام . وقد تم إيجاز العناصر التى تشكل هذا النظام وعلاقاتها ببعض ، وهى :

الجماهير . الجمهور هو العنصر الأساسى الأول للنظام الاجتماعى الخاص بالاتصال الجماهيرى . ويعتبر هذا العنصر معقداً للغاية ، فالجمهور ينقسم إلى طبقات اجتماعية متمايزة بينها علاقات متشابكة فى مجالات عديدة جعلت علماء الاجتماع يدرسونها على مدى سنوات . ومن بين المتغيرات الكبرى التى تلعب دوراً فى تحديد طريقة عمل هذا



شكل (٥ - ١) بيان تخطيطي لوسائل الإعلام كنظام اجتماعي

العنصر الأساسى داخل النظام ، يمكننا أن نذكر الاحتياجات الكبرى واهتمامات أفراد الجمهور والطبقات الاجتماعية العديدة الممثلة فى جمهور ، وطبيعة العلاقات الاجتماعية بين أفراد هذا الجمهور . وتشير هذه المتغيرات إلى آلية أو « ميكانيزم » سلوكى يحدد أنماط الاهتمام والتفسير واستجابة الجمهور لمحتوى نمط معين .

هيئات البحث . إن الدراسة الجامدة لرموز بحث المحتوى ، والتى تم طرحها آنفاً فى هذا الفصل مرتبطة إلى حد ما بسمات هذا الجمهور . وتقوم الهيئات التى تكرس جهودها للبحث ولقياس أولويات جمهور وسائل الإعلام أو الأنماط المختلفة للاستطلاع السوقى ، تقدم معلومات للمسئولين عند انتقاء أنواع المحتوى الذى سيوزع على الجمهور . إذن هنـاك علاقة تربط بين الجمهور « كعنصر مكوِّن » آخر للمجتمع . وبمصطلح نظرى بحت آخر ، يعتبر هذان العنصران أنظمة وظيفية . وهكذا فإنهما يعتبران نظماً فرعية فعلاً . وإلى حد ما ، يعتبر هذا الارتباط أحادى الاتجاه . ويقدم أفراد الجمهور المنتخبين للدراسـة ــ فى مقابل حصولهم على مكافأة شخصية صغيرة (وعادة لا يقدم شيئاً) ــ بيانات عن أنفسهم لهذه الهيئات ، ولكن جزءاً يسيراً منهم يتراجع عن ذلك .

الموزعون . وينتقل المحتوى نفسه ــ مهما كان نوعه ــ من موزع ما إلى الجمهور . ويختلف النظام الوظيفى للجزء الخاص بالموزع فى تفاصيله من وسيط (وسيلة إعلامية) لآخر . وفضلاً عن ذلك ، توجد أنظمة فرعية مميِّزة ــ إلى حد ما ــ داخل هذا المكوِّن العـام . وهنـاك أولاً منافـذ محلية يُحتمـل أن تكـون فى حالة اتصال مباشر وكبير مع الجمهور . فالصحف المحلية والمسرح المحلى ومحطة الإذاعة المحلية تلعب دوراً مباشراً فى تقديم رسائل للجماهير . ومع ذلك ، ترتبط أنظمة فرعية أخرى لهذا المكون الهام بهم بشكـل لا ينفصم . والـواقع أن دور الصحف الكبرى المنتشرة والنقابات ، وشبكات الإذاعـة ، ومـوزعى المجلات والكتب ، ومجموعة المسارح المتجولة ، تقوم بنقل المحتوى إلى منافذها المحلية . والرباط الذى يربط بين هذين النظامين الفرعيين هو رباط ثنائى الاتجاه . فالمنفذ المحلى يوفر المال فى حين يقوم الموزع الأكبر بتقديم المحتوى وقد يكون الارتباط هو أن المنفذ المحلى يقدم الخدمة فى حين أن الموزع (الذى يدفع له الثمن فى أى مكان آخر) يقدم المال .

وغالباً ما تبدو العلاقة بين الجمهور والموزع ـ فى البداية ـ ذات رباط أحادى الاتجاه . فالموزع يقدم المحتوى الترفيهى (وغالباً ما يكون إعلانياً) ، ولكن الجمهور ـ رغم اهتمامه ـ يقدم القليل بشكل مباشر فى مقابل ذلك . والحقيقة هى أن اهتمام الجمهور هو ما يسعى الموزعون ـ بالتحديد ـ إلى اكتسابه . وبالنسبة لوسائل الإعلام التى يدعمها الإعلان ، فإنها تبيع هذه (السلعة) بشكل مباشر إلى مموليها . وفضلاً عن ذلك ، يوفر الجمهور المعلومات اللازمة لعنصر البحث ، وهى تقدم بشكل غير مباشر إلى الموزعين فى شكل معلومات عائدة أو راجعة feedback ، حتى يتمكنوا من قياس وتقدير مدى الاهتمام الذى يحدثونه .

وتزداد عوامل الارتباط بين العناصر لتصبح أكثر تعقيداً عندما نبحث حدود النظام الاجتماعى .

المنتجون والمولون . يمكننا أن نضيف ، إلى الجمهور والبحث وعناصر التوزيع ، النظام الوظيفى لمنتج المحتوى . إن هذا الارتباط الأولى بالمحتوى يعمل إلى جانب عنصر الممول والموزع الذى يحصل منه على المال اللازم لإنتاج الأنماط المختلفة للمحتوى الترفيهى . وهناك مجموعة كبيرة من الأنظمة الفرعية ضمن عنصر المنتج الذى يعتمد على الوسيط (الوسيلة) الخاص . ومن أمثلة ذلك ، الممثلون والمخرجون ومنتجو التليفزيون والفنيون والمراسلون الأجانب ورؤساء أقسام الأخبار العالمية فى وكالات الأنباء ومنتجو الأفلام ورؤساء الاتحادات (النقابات) العمالية والناشرون ومحررو أقسام مراجعة الأصول الصحفية وهيئة الكتبة أو الناسخين (السكرتارية) ، وغير هؤلاء كثيرون .

وكالات الإعلان . ويرتبط الممول والموزع والمخرج وهيئة البحث بوكالات الإعلان . ويقدم هذا المكوِّن ـ الذى يقوم الممول بدفع ثمنه أولاً ـ يقدم بدوره أفكاراً وخدمات معينة . ويتمثل دوره الأكبر فى تزويد الموزع برسائل إعلانية ، وقد تكون له روابط بعنصر البحث أيضاً .

نظم الرقابة « الفرعية » . وإلى جانب هذه المجموعة المعقدة من المكوِّنات المترابطة ، هناك نظم فرعية أخرى تقوم بالرقابة . فالهيئات التشريعية ـ على المستوى الحكومى

والوطنى ـ التى تضع اللوائح التنظيمية الخاصة بوسائل الإعلام ، تمثل جزءاً هاماً من مكوِّن (عنصر) الرقابة . وهناك جزء هام آخر من النظام الفرعى هو هيئات التنظيم الرسمية التى تنفذ السياسات التى سبق تشريعها . والعلاقة بين الهيئة التشريعية (عنصر الرقابة) والجمهور تمثل ـ بالطبع ـ الرأى العام الذى يعتمد عليه هذا النظام الهام بالنسبة له كما هو واضح . وتعتبر « خطوط » المعلومات بين الجمهور والهيئات التشريعية والهيئات المنظمة متصلة تقريباً .

وإلى جانب العناصر التنظيمية التى تتضح تعريفاتها الوظيفية فى اللائحة القانونية ، يمكن إضافة الاتحادات الخاصة التى تضع « مجموعة من القوانين » خاصة بها ، وتعمل إلى حد ما كعنصر رقابى على الموزعين . ويقوم هؤلاء الموزعون بتزويدهم بالمال . وتمارس هذه الاتحادات الرقابة مع تقديم الخدمات الأخرى .

الشروط الخارجية

تقوم الأجهزة الفرعية المسئولة عن التنظيم بتحديد المحتوى المسموح والمحتوى غير المسموح من خلال مجموعة من الشروط الخارجية التى يعمل فى إطارها هذا النظام المعقد جداً . وتسعى قواعدنا العامة الخاصة بالمجتمع والتى تتعلق بالذوق والأخلاق والتعبيرات الواردة فى القانون الرسمى إلى احتواء الهيكل الخارجى للمجتمع . ويمكننا أن نقول نفس الشىء عن قواعدنا الثقافية العامة ومعتقداتنا الخاصة رغم أنه من غير المحتمل إدراجها فى القانون ، وبخاصة المحتوى الذى يسلى الأمريكيين أو يشبع رغباتهم . ولهذا ، فإننا نادراً ما نرى « أوبرا » صينية تقليدية ، ولكننا غالباً ما نرى أوبرات غربية سيئة ، ونادراً ما نسمع ألحان موسيقى معبد الهندوكيين ولكننا غالباً ما نسمع « ألحان » وضجيج أحدث نجم لموسيقى الروك الذى يعجب به المراهقون . وإذا ما بلغت اهتماماتنا الحد الذى ندفع عنده أكثر ، فإنه من المحتمل أن نستمع لموسيقى مجموعة صغيرة نسبياً من الموسيقيين الأوروبيين أو الأمريكيين الذين صاغوا أعمالهم على مدى ثلاثة قرون تقريباً . ومن المحتمل أن نرى « باليه » أو أوبرا أو دراما لعدد محدود نسبياً من الفنانين الذين وصف مجتمعنا أعمالهم بأنها كلاسيكية أو أعمال جديدة مبتكرة .

وتندرج كل واحدة من وسائل الإعلام العديدة ضمن هذا النموذج العام من النظام

الاجتماعى بشكل يختلف اختلافاً بسيطاً . وسوف نشعر بالملل إذا وصفنا كل وسائل الإعلام بشكل منفصل . فكل واحدة منها قد تحتاج لكتاب كامل . ومنذ أكثر من عشرين عاماً سعى « أوبوتوفيسكى » Opotowsky إلى هذا التحليل المفصل لصناعة التليفزيون رغم أنه لم يستخدم مفهوم النظام الاجتماعى [٨] .

ومما ساهم فى تعقيد هذا المفهوم أنه رغم أن كل وسيط يمثل نظاماً اجتماعياً منفصلاً فى حد ذاته إلا أن وسائل الإعلام متصلة ببعضها من حيث التنظيم والتصنيف . وهكذا ، نستطيع أن نتحدث عن الجهاز الكامل لوسائل الإعلام بما فى ذلك تلك الوسائل التى يتم تحليلها بشكل نوعى ، مثل نظام الاتصال الجماهيرى فى الولايات المتحدة .

إن نظام الاتصال الجماهيرى قد تأثر بشدة بالظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية التى كانت شائعة خلال فترة تطور وسائل إعلامنا ، التى ستظل قوة ثقافية ــ اجتماعية هامة فى المجتمع . وبسبب أهميتها فى فهم وسائل إعلامنا الحالية ، تم تحليل هذه الظروف بالتفصيل ــ إلى حد ما ــ فى الفصول السابقة . وتمثل معتقدات مؤسستنا الحرة ، ووجهات النظر الخاصة بشرعية الربح ، والفضائل الخاصة بمراقبة الرأسمالية ، وقيمنا العامة فى مجال حرية التعبير ، شروطاً خارجية أخرى (بالإضافة إلى تلك الشروط المتصلة بالحدود الأخلاقية والأذواق الثقافية) التى يعمل نظام الاتصال الأمريكى فى إطارها .

المحافظة على استقرار النظام

ومن الطبيعى أن يمثل التمويل الشرط الداخلى الأساسى لهذا النظام . فمعظم مكونات النظام عبارة عن عناصر وظيفية يحرك المال أفرادها . ولكى يحصلوا على المال ، فإنهم يعتمدون ، جميعاً ، فى النهاية على أكثر العناصر أهمية وهو الجمهور . وإذا لم تكن قراراتهم لصالح الاهتمام بالجمهور والشراء وما أشبه ذلك مما يثير إعجاب الجمهور ، فإن النظام قد يعانى من « إجهاد » شديد وينهار فى النهاية .

وقد يؤدى أى تغيير « درامى » فى سلوك الجمهور إلى حدوث انفصام شديد فى نظام

أى وسيلة إعلامية . وفى فصل سابق ، أوضحنا كيف تم الاقتناء السريع لجمهور السينما لأجهزة التليفزيون .

وهذا الانفصام غير شائع ولكنه يحدث فعلاً . ويكمن مفتاح التخلص من التغيرات الدرامية فى سلوك الجمهور فى تقديم المحتوى الترفيهى الذى يشبع ويثير أكبر عدد ممكن من أفراد الجمهور لكى يقوموا بدورهم وفقاً لاحتياجات النظام . وبمعنى آخر يحافظ هذا المحتوى على استقرار النظام . ويرى النظام أن المحتوى المثالى هو ذلك المحتوى الذى يشد انتباه أفراد الجمهور ويقنعهم بشراء السلع ، على أن يكون فى ذات الوقت فى إطار حدود قواعد الأخلاق ومستويات الذوق حتى لا يؤدى إلى حدوث سلوك غير مرغوب من جانب العناصر المنظِّمة .

والمحتوى الترفيهى الذى يبدو أنه قادر على إثارة أكبر عدد من أفراد الجمهور هو المحتوى الهابط الأكثر درامية الذى يشكل جزءاً كبيراً من ثقافتنا الشعبية . ونظراً لأن الهدف الأساسى لنظام وسائل الإعلام هو الربح الاقتصادى ، فإن الجنس والعنف أو أى محتوى آخر يثير الاهتمام أو يبقى عليه ، حتى لو كان متسماً بالذوق الهابط ، كلها تسعى إلى زيادة عدد الجمهور الذى يشاهد الإعلانات . وبصفة عامة ، فكلما زاد عدد الجمهور ، زاد دخل الموزع والمنتج المسئولين عن الإعلان . وعلى سبيل المثال ، تكلف الإعلانات فى أوقات ذروة المشاهدة الجماهيرية للتليفزيون أكثر بكثير من تلك الفترة التى يقل فيها العدد نسبياً مثل ساعات الصباح الباكر .

ويأسف كثير من النقاد لاعتماد وسائل الإعلام الأمريكية على الإعلانات ، وإن كان هذا الاعتماد أمراً مفهوماً ، فالفرد ذو الذوق الراقى يرى أن هناك أموراً كثيرة فى الإعلانات يمكن أن تثير الأسف بل والاشمئزاز ، فأى فرد يجلس على مائدة العشاء أمام التليفزيون لمعرفة أخبار المساء يشاهد التجاريين النشيطين وهم يشيدون بمزايا المستحضرات الطبية الخاصة بأمراض البواسير والإمساك والإسهال وروائح « الإبط » والأمراض البشرية الأخرى ، هذا الفرد عادة ما يصدر عنه رد فعل مماثل . وهذا هو ثمن اقتناء جهاز إعلام جماهيرى يقوم أساساً على الإعلانات . ومن ناحية أخرى ، فإن المكاسب التى يمكن الحصول عليها من هذا الجهاز تحتاج لتقييم فى ضوء البدائل المتاحة . كيف يمكن تأسيس جهاز اتصال جماهيرى بشكل آخر ؟ قد يكون من غير المقبول أن تشرف الحكومة على هذا الجهاز ، وقد يسمح الاعتماد على المؤسسات

والتبرعات الخيرية بتقديم جهاز محدود للمواطنين . وقد تسمح الطريقة المتبعة فى التليفزيون الكابلى بتقديم جهاز خاص بصفوة المجتمع يستهدف مضمونه تحقيق مزيد من الثروة .

ويسهم النظام الحالى الذى يعتمد بشدة على الإعلانات فى التركيز على تقديم محتوى متوافق مع أذواق الطبقة الوسطى [٩] . ويشكل هذا القطاع من الشعب العدد الأكبر من ذوى القدرة الشرائية فى المجتمع ، فالطبقة الوسطى هى التى تشترى معظم المنتجات المعلن عنها فى وسائل الإعلام . أما الطبقة ذات القدرة الشرائية الأكبر ، فتشمل الطبقة الأدنى ، أى العمال المهرة ونصف المهرة من أصحاب الياقة الزرقاء . . . إن دخول هذه الفئة منخفضة إذا ما حسبنا دخل الفرد الواحد . ولكن ، إذا حسبنا الدخل الجماعى ، نرى أنها كبيرة بشكل واضح . ويحتل هذان المستويان من المجتمع الأغلبية العظمى من الشعب الذى يشترى منتجات المصنعين والمستوردين وتجار التجزئة . ولا عجب ، إذن ، أن تؤثر أذواق هذه الطبقات الاجتماعية بشدة فى أولئك الذين يضعون محتوى وسائل الإعلام .

وهناك عامل آخر ، مما يبين أهمية هاتين الطبقتين ، يكمن فى أن الطبقات الأدنى والوسطى هى التى تهتم جداً بوسائل الإعلام الجماهيرى ككل . وهناك دليل كبير يبين أن غير المتعلمين نسبياً يقضون وقتاً أطول من المتعلمين فى متابعة وسائل الإعلام [١٠] . وقد يكون من الخطأ أن نستنتج أنهم يفعلون ذلك فقط لأنهم يستسيغون محتوى الذوق الهابط ، وأن الأغلبية غير المتعلمة نسبياً دخولها منخفضة نسبياً مما يعنى أن فرصتهم أقل من المتعلمين ونظرائهم الأكثر ثراء فى كيفية قضاء ساعات ما بعد العمل . وقد تروقهم وسائل الإعلام الجماهيرى كثيراً لأن وسائل الإعلام هى أحد أشكال المتعة غير المكلفة نسبياً . ومع ذلك ، فإنه كما أوضح بيكر وبول ، يعتبر من الأمور السطحية أن نعتقد أن المبرر الوحيد الذى يدفع الناس بصفة عامة لقضاء وقتهم مع وسائل الإعلام يرجع إلى الاستجابة لإغراء محتواها [١١] . إن وسائل الإعلام تقدم أى عدد من المتطلبات وتشبع رغبات الفرد كما تقدم وسائل الترفيه والمعلومات . ونضرب أمثلة على ذلك : الجلوس مع الأطفال والصحبة (حتى عندما تكون هذه الصحبة إلكترونية) .

ورغم كل ما قيل ، لايزال محتوى الذوق الهابط هو الرائج . لكن هذه الحقيقة

تجعل هذا المحتوى هو العنصر الرئيسى فى النظام الاجتماعى لوسائل الإعلام الجماهيرى . ويحافظ هذا المحتوى على استمرار الارتباط الكامل فضلاً عن محافظته على الاستقرار المالى للنظام . وقد يجد النقاد ــ الذين يثيرون اهتمام الجمهور بانتقاد محتوى وسائل الإعلام أو يدّعون بوجود علاقة سببية بين المحتوى الإعلامى والسلوك الاجتماعى غير المرغوب ــ بعض التقدير مؤقتاً ، وقد يثيرون أيضاً بعض الاضطرابات المؤقتة داخل هذا النظام ، أو قد يغيرون شكلاً معيناً من محتوى الذوق الهابط لو ثابروا على انتقاداتهم بشكل كافٍ . ونضرب أمثلة على ذلك من الماضى فنذكر برامج المسابقات والأسئلة ذات الجوائز التى وجد أنها « مُعدَّة سابقاً أو مزيفة » ومقدمى اسطوانات الأغانى والموسيقى الشعبية فى الإذاعة الذين كانوا يتلقون « رشوة » أو أجراً مقابل العزف المتكرر لأغنية حتى تزداد شعبيتها وتوزيعها . فى مثل هذه الحالات قد يكون الجمهور مستاءً مؤقتاً . ومع ذلك ، فإن محتوى الذوق الهابط يأتى ضمن مجموعة متنوعة الأشكال ، لهذا ، لا يتغير الغياب المؤقت ــ أو حتى المستمر ــ للشكل الأقل من الصورة الكلية الأكبر . وقد كان النقاد يشكون من تركيز الصحافة على أخبار الجريمة لمدة قرن من الزمن ، ومع ذلك لم يكن هناك إسفاف ملحوظ فى نقل هذه القصص . وقد تنفس نقاد المسلسلات التليفزيونية والإذاعية الطويلة "soap opera" الصعداء منذ سنوات عندما اختفت هذه البرامج من الإذاعة مؤخراً . ومن المؤكد أن سعادتهم لم تدم طويلاً عندما اتضح أن المسلسلات النهارية تجد شعبية كبيرة بين مشاهدى التليفزيون ، وهى شعبية كبيرة جداً لدرجة أن هذه المسلسلات الطويلة تعرض الآن خلال ساعات المساء الأولى . ويبين تحليل مستوى محتوى العنف فى التليفزيون أن المحتوى ينخفض انخفاضاً طفيفاً بعد أبحاث الحكومة الفيدرالية الخاصة بأثر العنف التليفزيونى ، أو الحملات الواسعة التى تقوم بها الاتحادات التى تضم أعضاء من المتطوعين (ومن أمثلتها اتحاد P.T.A.) أو اتحاد آباء التلاميذ والمدرسين ليعود بعد فترة قصيرة من هدوء الاحتجاج العنيف [١٢] .

وعندما يتم اكتشاف صيغة تسمح بمعرفة اهتمام وقرارات الشراء المؤثرة لأى قطاع عريض من الشعب ، سوف تتخلى وسائل الإعلام عنها على مضض ، هذا إذا لم نقل أنها لن تتخلى عنها أبداً . إن مباريات الكرة التى تنقلها الإذاعة والتليفزيون وأفلام الحرب والكوميديان اللامع وكوميديا الأوضاع الأسرية والتمثيليات المثيرة والقصص

البوليسية ومغامرات الشرطى السرى ودراما قاعة المحكمة ـ كل ذلك بدأ يتخذ مكانه ضمن الصيغ القديمة ، مثل القصة العاطفية والبرامج المسلية المثيرة للضحك وروايات الجرائم الجنسية وصفحة الرياضة وإفشاء الفساد بين الطبقات العليا ، التى تشد الانتباه والتى يمكن أن تجعل عين المستمع أو أذنه أقرب إلى الرسالة الإعلامية .

وباختصار ، أصبح النظام الاجتماعى لوسائل الإعلام فى الولايات المتحدة يستقر بعمق متزايد . ويمكن توقع حدوث تغيرات قليلة مستقبلياً فى نوع المحتوى بهدف المحافظة على استقرار النظام ذاته . ومن المفروض أن تحافظ وظيفة « محتوى الذوق الهابط » ـ كما أسمينا على الاستقرار المالى لنظام اجتماعى عميق الأساس . وهو نظام يتألف بشكل متلاحم من كل المؤسسات الاجتماعية الأمريكية . ويبدو أن احتمال تغير نظامنا الخاص بالاتصال الجماهيرى تغيراً شديداً بسبب ثورة النقاد العارضة يبدو احتمالاً ضعيفاً .

وإذا حدث التغير فعلاً ، فإنه من غير المحتمل أن يكون التطور المستقبلى فى طبيعة وسائل الإعلام بسيطاً . إن أحد المبادىء الأساسية عند « إيميل دوركهايم » (راجع الفصل السادس) هو أنه عندما تتنامى الهيئات أو الأنظمة ، فإنه من المحتمل أن تصبح أكثر اختلافاً أو تعقيداً [١٣] . وعندما نأخذ هذا الافتراض ونربطه بالإنجازات التكنولوجية الهائلة التى شهدناها فى خلال الأعوام الأخيرة فى تكنولوجيا الاتصالات الإلكترونية ، فإنه قد يكون بالإمكان افتراض أن أنظمة وسائل الإعلام سوف تصبح أكثر تخصصاً . فقد تتخصص بعض الهيئات الإعلامية على سبيل المثال فى تقديم محتوى الذوق الهابط ، ويتخصص غيرها فى المعرفة والمعلومات الفنية ، فى حين يتخصص بعضها فى المحتوى الاخبارى بينما يتخصص البعض الآخر فى محتوى الذوق الراقى . . . وقد جعلت التطورات التكنولوجية ـ مثل القمر الصناعى والتليفزيون الكابلى وشبكات الكمبيوتر والفيديوتكس ـ جعلت بالإمكان تقديم هذه التخصصات .

وفى فصل تالٍ ، سوف نقوم بتقديم بحث موجز عن هذه التطورات التكنولوجية ، ونبين كيف أنها مع تغييرات فى النظام الاقتصادى يمكن أن تحدث تغييرات هامة فى المحتوى وفى هيكل نظام الإعلام الجماهيرى .

الهوامش

1. *The Republic of Plato*, trans. Frances M. Cornford (London: Oxford University Press, 1954), pp. 68–69.
2. Examples of such claims are Herbert Blumer and Philip Hauser, *Movies, Delinquency and Crime* (New York: Macmillan, 1933), and Frederick C. Wertham, *Seduction of the Innocent* (New York: Rinehart, 1954). The latter is a bitter denunciation of comic books.
3. Henry David Thoreau, *Walden, Or Life in the Woods* (Boston and New York: Houghton Mifflin, 1854), 2:148–49.
4. Samuel Clemens, *Mark Twain's Speeches* (New York: Harper & Brothers, 1923), p. 47.
5. Quoted in Milton Ellis, Louise Pond, and George W. Spohn, *A College Book of American Literature* (New York: American Book, 1939), 1:704.
6. Harry J. Skornia, "Television and the News: A Critical Appraisal," in *Mass Media and Mass Man*, ed. Alan Casty, 2nd ed. (New York: Holt, Rinehart & Winston, 1973), pp. 214–24.
7. Carl G. Hempel, "The Logic of Functional Analysis," in *Symposium on Sociological Theory*, ed. Llewellyn Gross (New York: Harper & Brothers, 1959), p. 280.
8. Stan Opotowsky, *T.V.: The Big Picture* (New York: Collier Books, 1962).
9. Melvin L. DeFleur and Everette E. Dennis, *Understanding Mass Communications*, 3rd ed. (Boston: Houghton Mifflin, 1988), pp. 500–501.
10. See, for example, Bradley S. Greenberg, "The Content and Context of Violence in the Mass Media," in *Violence and the Media*, ed. Robert K. Baker and Sandra J. Ball (Washington, D.C.: Government Printing Office, 1969), pp. 423–49.
11. Baker and Ball, *Violence and the Media*, pp. 330–33.
12. Ibid., pp. 151–59.
13. Emile Durkheim, *The Division of Labor in Society*, trans. George Simpson (New York: Free Press of Glencoe, 1964).

الجزء ٢

آثار وسائل الاتصال الجماهيرية

الفصل ٦

المجتمع الجماهيرى ونظرية القذيفة السحرية

لقد تابعت الفصول السابقة من كتابنا تطور الاتصال الإنسانى منذ العصور الأولى حتى زمننا الحالى . وقد ذكرنا أن الكائن البشرى قد مر بحلقات اتصال مختلفة ومتعددة خلال مراحل تطوره . وفى كل خطوة من خطوات هذا التطور ، انتقل الكائن البشرى من عصر الإشارات والإيماءات إلى مراحل متعاقبة اكتسب خلالها الكلام واللغة . واستطاع الإنسان أخيراً أن تكون لديه المقدرة على الكتابة ثم الطباعة ، وفى النهاية استطاع أن يقهر الزمان والمكان فى عصرنا الحالى الذى يتميز بوسائل الاتصال الحديثة .

والنتيجة الهامة لهذه التحولات هى أن كل مرحلة كان لها تأثيرات ذات دلالة كبيرة : أى أتت بتغييرات كثيرة بالنسبة للتفكير الإنسانى على المستوى الفردى وبالنسبة للتطور الثقافى على المستوى الجماعى ، وهكذا ، فإن التطور فى الكلام كان قد منح أجدادنا الأوائل ميزة كبرى عن الكائنات البشرية البدائية التى سبقتهم . وكذلك ، فإن اكتشاف الكتـابة والطباعة وما صاحبها من وسائل اتصال منحت الشعوب المعاصرة لهذا الزمن مميزات عن الشعوب التى سبقتها . ونتيجة لتأثير كل عصر فى العصور التى تلته ، فإن المعرفة الإنسانية أصبحت أكثر تقدماً والثقافة البشرية زادت فى التعقيد .

أما قضية التطور التكنولوجى والاجتماعى والثقافى فهى قضية لا نهاية لها ، فنحن

مستمرون فى تطوير وسائلنا التكنولوجية ، كما أن مقدرتنا على الاتصال فى توسع مستمر . وفى الفصول السابقة ، تحدثنا عن النمط الذى اتبعته كل وسيلة من وسائل اتصالاتنا الرئيسية فى بسط السيادة الإعلامية عن طريق الأسس العلمية والتطبيقات العملية التى أتت بعدد لا يحصى من المخترعات ، مما أدى إلى تغيير الأساليب المتبعة فى عملية الاتصال . هذه المخترعات بدأت بحروف الطباعة التى اكتشفها جوتنبرج حتى وصلت إلى آخر ما تم التوصل إليه من شبكات الأقمار الصناعية التليفزيونية وهى غاية فى التفوق ، ومن الواضح أن وسائل الاتصال سوف تستمر فى الاعتماد على المنطلقات التكنولوجية .

وفى نفس الوقت ، فإن المجتمعات تستمر فى التعرض لتغييرات مستمرة ، وهى تغييرات لا تعتبر فى حد ذاتها أنظمة اجتماعية مستقرة . ولذا ، فإن الطرق القديمة هى التى ستشكل النماذج الاجتماعية فى المستقبل . ولكن سيطرة العادات والتقاليد فى المجتمعات الصناعية المتحضرة ليست جامدة حيث تجد الابتكارات طريقها فى هذه المجتمعات ، وتظهر المتناقضات ، ويتم حلها ، كما أن التقاليع والتقاليد ترتفع أسهمها وتنخفض وتأتى الحركات الاجتماعية برؤى ومناظر جديدة ، كما أن المشكلات الاجتماعية تتطور وتجرى محاولة حلها ويتغير النظام الاجتماعى مع كل تأثير من هذه التأثيرات . وكل جيل لا يشبه الجيل الذى سبقه لأن كل جيل له خصائصه النفسية وطبائعه الاجتماعية .

ولأن كل من تكنولوجيا الاتصال والنظام الاجتماعى فى عملية تغيير دائم ، فهناك العديد من الأسباب التى جعلت البعض يرى أن تأثير وسائل الإعلام على مجتمع معين لن يكون بنفس درجة تأثيرها عليه فى جميع الفترات ، بل تتغير من آن إلى آخر . ولذلك ، فمن الصعب أن نصف نظريات أو نقدم تفسيرات محددة لآثار وسائل الاتصال تكون صالحة لكل المواطنين فى كل العصور . ولم يزل أساس العلم هو البحث عن حقائق دائمة ، فالبحث العلمى يهدف إلى وصف للعلاقات المنتظمة بين الظواهر وتقديم تفسيرات عن كيفية تأثير بعض الأحداث بحيث تؤدى إلى تكوين نماذج متكررة . وبعبارة أخرى ، يمكن القول أن الأبحاث العلمية تهدف إلى البحث عن مبادىء لا تتغير . وبصراحة ، فإن هذا الهدف ليس بالمهمة السهلة ، وبالذات إذا كان الأمر يتعلق بآثار وسائل الاتصال على الناس وذلك بسبب التطور الطبيعى لوسائل الإعلام من جانب وتطور المجتمع من جانب آخر .

وعلى الرغم من هذه الصعوبات أجرى الطلبة والباحثون منذ بداية عصر وسائل الاتصال محاولات كثيرة لفهم آثار وسائل الإعلام على الناس ، وظهرت نتيجة لهذه الأبحاث سلسلة من التعريفات كانت أدلة للتفسير والتكهن بما سيحدث عندما يفرض على بعض الطبقات من الشعب أشكال خاصة من الرسائل ذات محتوى إعلامى معين عبر إحدى وسائل الاتصال الجماهيرى .

والفصول القادمة من كتابنا سوف تعرض دراسة مختصرة لهذه التعريفات . وهى مهمة ليست سهلة لأن تطور نظرية وسائل الاتصال لم تمر عبر خطة منتظمة . وفى الحقيقة ، فإن الذى ظهر لنا الآن جاء من خلال الأبحاث المشوشة وغير المنتظمة لمختلف أنواع الأسس التى استخلصها الدارسون من مبادىء مختلفة والذين كانوا يتحرون آثار وسائل الاتصال من أجل أهداف مختلفة .

وربما كانت الصلة الوحيدة عبر التفسيرات المختلفة التى تشكل ميراثنا الإدراكى فى دراسة وسائل الاتصال هى أن كل نظرية من النظريات الكبرى تأسست بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على أساس مفاهيم الفرد أو المجتمع ، التى كونها عن طريق علوم الاجتماع المختلفة . ولذلك ، فنحن لدينا نظريات تكونت متأثرة بنماذج فكرية وفلسفية واجتماعية وأنثروبولوجية مختلفة ، بالإضافة إلى مشاركة علماء التاريخ والاقتصاد والسياسة وعلماء القانون ، وكل هؤلاء أضافوا تأثيراً كبيراً فى فهمنا المعاصر لوسائل الاتصال .

وبالرغم من أن تفسير آثار وسائل الاتصال قد تكون على أساس النماذج العامة للعلوم الاجتماعية ، إلا أن خطوط التأثر بين الاثنين ليس لها شكل واضح [1] . وفى الغالب بدأت الدراسات الإعلامية فى الابتعاد عن هذا الخط عندما لم يتحقق الشكل الخاص للسلوك الذى درس خلال العلوم الاجتماعية المختلفة . وعلى الجانب الأخر ، تجاهل علماء الاجتماع فى الغالب دور وسائل الاتصال فى متابعة النظريات التى تنتسب إلى الرموز والاتصال والنظام الاجتماعى والفردى الخاص . وكان من الصعب هنا متابعة خطوط التأثير ولكنها رغم ذلك موجودة هناك ، ومن أجل التوصل إلى أهدافنا الحالية ، من المهم أن نوضح بعض الأساليب التى تأثر بها دارسو وسائل الاتصال عن طريق قدر أكبر من النماذج العامة فيما يختص بطبيعة الكائن البشرى ــ النفسية والاجتماعية . ورغم أن هذا التأثير كان له فى بعض الأحيان آثار جانبية وغير مباشرة ، فإن تتبع هذه الروابط ، من الممكن أن تبين لنا لماذا ركز الدارسون لوسائل الإعلام على مفاهيم وأبحاث

وموضوعات معينة عندما تحدثوا عن أسس نظرية وسائل الاتصال قديماً وحديثاً .

وهذا الفصل ، يهتم بصفة خاصة بالتفسيرات الأولية التى بلورت التفكير حول آثار وسائل الاتصال . ورغم أن هذه التفسيرات تعتبر الآن بالية ، إلا أنها نظريات لها أهمية خاصة أكثر من كونها تثير الاهتمام من الناحية التاريخية ، فهى تساعدنا على فهم النظريات البدائية لوسائل الاتصال التى جاءت فيما بعد وحلت مكان الأشكال الأولى .

فالجيلان الثانى والثالث لنظريات وسائل الاتصال ــ وهو أمر سوف يدرس فى الفصول التالية ــ كانا فى كثير من الأحيان ردود فعل ضد التعريفات الأولية . ولكى نفهم التعريفات الحالية ، كان من الضرورى أن نبدأ من البداية .

وفى أثناء العقد الأول من القرن الحالى ، كانت وسائل الإعلام فى مرحلة طفولتها ، كما أن الجماهير كانت متخوفة من تلك الأشكال الجديدة للاتصال ــ مثل الصحف اليومية والأفلام السينمائية والبث الإذاعى ــ التى بدأت تنتشر حولهم وحول جيرانهم وأطفالهم . كان ذلك فى وقت كانت فيه النظريات النفسية لطبيعة المجتمع قد ركزت على مفهوم الجماهير على أنها علاقات إنسانية ليست خاصة ، وهو المفهوم الذى ميز ظهور نظام المجتمع الحضرى الصناعى . وكان ذلك نتيجة للأفكار التى كانت موجودة عن المجتمع الجماهيرى ، ومن ثم كانت نفس الأفكار عن وسائل الاتصال الجماهيرى . ولذلك ، فقد كان أول هدف لنا هو فهم أصول وطبيعة مكونات هذا المفهوم .

النموذج الارتقائى
ومفهوم المجتمع الجماهيرى

المجتمع واسع ومنظم ، وهو كما يبدو يتجه فى تطوره نحو مزيد من التعقيد . لقد كانت هاتان الملاحظتان الأوليان هما الأساس الذى اعتمدت عليه أنظمة الفكر لمؤسسى علم الاجتماع فى تطورها . كما كانت التأملات حول طبيعة النظام الاجتماعى (الأسلوب الذى يتبعه فى التغير أو الكيفية التى يمكن بها تحسينه) موضوع كتابات فلسفية منذ بداية تسجيل الخبرة الإنسانية . وعلى أى حال ، فإنه لم يتم تأسيس علم الاجتماع باعتباره نظاماً منهجياً يكرس أساساً لدراسة العمليات التى تحدث فى المجتمع حتى النصف

الأول من القرن التاسع عشر ، وهو تقريباً نفس التاريخ الذى بدأ فيه بنيامين داى فى بيع جريدته فى شوارع نيويورك بسنت واحد للنسخة .

مفهوم كونت للكائن الجماعى

عادة ما يرجع الفضل إلى أوجست كونت فى إعطاء المجال الجديد اسمه ، كما أنه دافع عن تطبيق الأسلوب العملى (الإيجابى) فى مجال دراسة المجتمع . وعلى الرغم من أن أعظم إسهامات كونت لمهمة الدراسة العلمية للظواهر الاجتماعية كانت تميل أكثر للجانب الفلسفى منها للجانب الواقعى ، إلا أنه قام بإدخال مفهوم عضوى للمجتمع فى كتاباته الكثيرة . وقد استخدم هذا المفهوم رواد علم الاجتماع .

ومع أن مفهوم المجتمع ككائن لم يكن مفهوماً مبتكراً عند كونت ، إلا أنه جعل منه أحد المسلمات الأساسية . والواقع أن أهمية هذه الفكرة ترجع إلى النتائج الهامة التى تولدت عنها . وبعبارة بسيطة ، يمكن النظر إلى المجتمع على أنه نموذج خاص من الكائنات ، وبالتحديد كائن جماعى . وهذا لم يكن يعنى بالنسبة لكونت أنه يوجد فقط مجرد مقارنة تقريبية بين النظام الخاص لنوع من الكائنات الحيوية الفردية ، مثل نوع معين من النبات أو الحيوان ، وبين المجتمع الإنسانى ، ولكن كونت افترض أن المجتمع هو بالفعل عبارة عن كائن حى . فقد رأى أن له بنية ، وأن الأجزاء المتخصصة تعمل معاً ، وأن الكل شىء أكثر من مجرد مجموع الأجزاء التى يتكون منها ، كما أنه قد تعرض لتغير ارتقائى . هذه الصفات هى السمات التى تميز الكائنات الحية بصفة عامة . وعليه ، فإنه من الممكن توصيف المجتمع توصيفاً صحيحاً باعتباره كائناً حياً مع الاعتراف بأنه يختلف اختلافاً واضحاً عن النوعيات المختلفة الأخرى من الكائنات الحية .

الدور الذى يقوم به المتخصص . تعجب كونت من التنوع الكبير للمهام والأهداف والوظائف التى يتصف بها أى مجتمع ، كما علق على الكيفية التى يبدو بها كل فرد وكل جماعة كما لو كان يسعى إلى تحقيق غايات خاصة . ومع هذا ، فإن النتيجة الكلية إنما هى نتيجة نظام يعمل فى اتساق تام . وقد شغل اهتمامه بدرجة كبيرة أحد المبادىء الأساسية الخاصة بتنظيم المجتمع باعتباره كائناً حياً ، وهو ذو أهمية خاصة فى هذه

الحالة ، ذلك المبدأ هو مبدأ التخصص . لقد شعر أن تقسيم المهام التى يتولى الناس القيام بها تطوعاً إنما هو المدخل الأساسى ليس فقط إلى الاستقرار المستمر للمجتمع ، وإنما أيضاً إلى احتمال تعرضه للخلل .

> إن السبب الأساسى لتفوق الكائن الاجتماعى على الكائن الفردى وفقاً لأحد القوانين الراسخة هو التخصص الأكثر تميزاً للوظائف المختلفة التى يقوم بأدائها أعضاء مختلفين تمام الاختلاف ولكن بينهم صلات متبادلة . وعليه ، فإن وحدة الهدف يزداد توحدها أكثر وأكثر مع تنوع الوسائل . وبالطبع ، نحن لا يمكننا أن نقدر تماماً إحدى الظواهر التى يتم حدوثها للأبد أمام أعيننا والتى تمثل جزءاً منها ، ولكن إذا ما سحبنا أنفسنا فكرياً بعيداً عن النظام الاجتماعى وتأملنا هذا النظام عن بعد ، فهل يمكننا أن نتخيل مشهداً أبدع ، من بين جميع الظواهر الطبيعية من التلاقى المنتظم والمستمر للأعداد الضخمة من الكائنات البشرية ولكل منهم وجود متميز ومستقل بدرجة ما . ومع هذا ، فهم ميالون باستمرار ، على الرغم من اختلاف مواهبهم وطبائعهم ، إلى التوافق بأساليب مختلفة فى نفس التطور العام دون اتفاق أو حتى وعى من جانب الغالبية العظمى منهم حيث يعتقدون أنهم إنما يتبعون دوافعهم الخاصة ؟! إن هذا التوفيق بين فردية العمل ، مع تعاون المساعى التى تبدو أكثر وضوحاً مع ازدياد درجة تعقيد المجتمع وازدياد اتساعه ، إنما تشكل الصفة الأساسية للعمليات البشرية [داخل المجتمع] .[٢]

وعليه ، فقد كان كونت يرى أن الاتساق الكبير والاستقرار إنما هو ناشىء عن الافتراض الخاص بالوظائف المتخصصة التى يقوم بها الأفراد . وكان يرى أنه من الحتمى أن هذه الأنشطة المتخصصة سوف تسهم جميعاً فى تحقيق التوازن العام للمجتمع . ولذلك ، فإن جميع المنظمات الفردية ، حتى أكثرها شراً وعدم كمال (مع عدم وجود البشاعة) ربما تستغل فى النهاية من أجل الصالح العام[٣] .

نتائج التخصص الزائد عن الحد . وقد رأى كونت أن هناك خطراً أيضاً فى التخصص الزائد عن الحد . ويجب أن نضيف أن هذه النقطة بالذات لها أهمية كبيرة بالنسبة للطالب الذى يدرس الإعلام ، لأن نفس هذه الفكرة استخدمها أصحاب النظريات الذين جاءوا بعد ذلك فى تطوير مفهوم المجتمع الجماهيرى ، وهو مفهوم كان له أهمية كبيرة فى بداية التفكير بشأن وسائل الإعلام . وكان أهم عنصر فى هذه الفكرة هو أن التنظيم

الاجتماعى غير الفعال قد فشل فى توفير الروابط الكافية بين الأفراد من أجل الحفاظ على نظام مستقر ومتكامل للتحكم الاجتماعى وقد كتب كونت بوضوح فى هذا الموضوع يقول :

لقد أشار بعض علماء الاقتصاد ، ولكن بأسلوب غير كاف إلى مساوىء المغالاة فى تقسيم العمل المادى ، كما أننى قد أوضحت فيما يختص بالمجال الأكثر أهمية ، وهو مجال العمل العلمى ، النتائج الفكرية السيئة التى تنتج عن روح التخصص السائدة حالياً . ومن الضرورى أن نقدر بشكل مباشر المبدأ الذى يبنى عليه مثل هذا التأثير من أجل فهم الهدف من النظام التلقائى للمتطلبات الأساسية اللازمة لاستمرار بقاء المجتمع . فالتفكك يؤدى دائماً إلى التفرق كما أن توزيع العمل البشرى لابد أن يسبب التشعب وتباعد الأفراد على الصعيدين الفكرى والمعنوى ، وهو ما يتطلب وجود نظام دائم من أجل الحفاظ عليهم داخل الحدود المطلوبة ، حيث أنه إذا أدى الفصل بين الوظائف الاجتماعية إلى تكوين روح تخصصية مفيدة من ناحية ، فهو من الناحية الأخرى يميل إلى إطفاء أو تقييد ما نسميه بالروح الكلية أو الروح العامة [٤] .

واستمر كونت على نحو مستفيض وبروح هجومية فى مناقشة النتائج المحتملة للتوسع الزائد عن الحد فى تقسيم العمل . وقد كان يشعر بأنه كلما زاد اختلاف الأفراد عن بعضهم بالنسبة لوضعهم فى النظام الاجتماعى كلما تعاظم النقص فى فهمهم للآخرين . وكان يرى أن الأفراد الذين يتفقون فى نفس التخصص سوف تنشأ بينهم روابط ولكنهم سوف يبتعدون عن المجموعات الأخرى . وعلى ذلك ، فإن المبدأ الوحيد الذى يمكن للمجتمع العام عن طريقه أن يتطور ويتسع يهدد ، من وجهة نظر أخرى ، بتفكيك المجتمع إلى عدد كبير من الجماعات التى ليس لها صلة ببعضها البعض والتى تكاد تبدو كما لو كانت لا تنتمى إلى نفس الجنس [٥] .

ومع تطور المجتمع ككائن (وفقاً لهذا النموذج) ، يكتسب المجتمع تدريجياً التناسق والاستقرار من خلال تقسيم العمل فيه . وفى نفس الوقت ، يوجد احتمال بأن يؤدى التطور الزائد عن الحد إلى الاختلال والتقهقر نتيجة لتمزق الأساس الذى يقوم عليه الاتصال الفعال بين أجزاء المجتمع . وإذا ما وضعنا فى الاعتبار المبدأ المسلم به عن الطبيعة العضوية للمجتمع ، فإن مفهوم التخصص الوظيفى يلى ذلك بالضرورة ووفقاً

للتعريف . ولكن الدرجة المتزايدة من مثل هذا التخصص تؤدى إلى التمايز الاجتماعى الزائد . وإذا ما وصل هذا التمايز إلى الحد الذى يهدد وجود الروابط الفعالة بين أجزاء هذا النظام ، ففى هذه الحالة سوف يتعرض توازن واتساق هذا الكائن الحى إلى الخطر أيضاً . لقد تكرر ذكر هذا الموضوع فى كتابات أصحاب النظريات الذين جاءوا بعد ذلك ، وهو يعد من نقاط البداية الأساسية فى مناقشة المجتمع الجماهيرى ، وسوف يتم توضيح العلاقة بين هذه الفكرة والاتصال الجماهيرى .

ومن الأمور الواجب تذكرها أن كونت قد وضع آراءه عن طبيعة المجتمع فى أثناء حقبة الثلاثينيات من القرن التاسع عشر ، قبل أن تحقق الثورة الصناعية أثراً كبيراً على أوروبا ، وقد شعر كونت بقدر من التهديد من احتمال تزايد مستوى التخصص فى المجتمع الذى سيجىء بعد ذلك . ولكن أصحاب النظريات الذين جاءوا بعده ، واجهوا الواقع الفعلى للزيادة العظيمة فى تقسيم العمل نتيجة للاتجاه الجديد نحو التصنيع . ولذا ، فليس هناك ما يدعو للتعجب فى أنهم قد تأثروا بدرجة كبيرة بما نتج عنه من تأثيرات .

القياس العضوى عند سبنسر

لقد شكلت الأفكار حول الطبيعة العضوية للمجتمع ونتائجها جزءاً بسيطاً فقط من أعمال كونت . ولكن هربرت سبنسر المؤسس الثانى لعلم الاجتماع الحديث ، تابع المفهوم العضوى بنشاط أكبر وبشكل أكثر عمقاً . لقد كان سبنسر مثل كونت فيلسوفاً أساساً ومهتماً بالعلوم كوسيلة للحصول على معرفة صحيحة . وقد أدى به هذا الاهتمام إلى صياغة ما كان يظن أنه أهم المبادىء التى بدا له أنها سائدة فى جميع العلوم . وقد أخذت قوانين التطور الشهيرة التى قام سبنسر بوصفها (والتى استوحى منها داروين أفكاره) شكلها الكامل فى أول كتاب له « المبادىء الأولى » الذى نشر فى عام ١٨٦٣ بعد أكثر من عشرين عاماً من قيام كونت بإتمام فلسفته الإيجابية أو العلمية أو الوضعية .

وقد طبق مفاهيمه عن التطور على دراسة المجتمع وكتب مبادىء علم الاجتماع فى أربعة أجزاء بين عامى ١٨٧٦ و١٨٩٦ . ويوجد الكثير من التشابه بين أفكار كل من الكاتبين . ولكن سبنسر يزعم أن أفكاره غير متأثرة بأفكار كونت . وفى أى الحالات ،

فإن نظرية المجتمع التى أسهب سبنسر فى شرحها بتفصيل كبير كانت نظرية عضوية خالصة ، فبعد أن عرَّف المجتمع على أنه نظام عامل ، ناقش النظام الاجتماعى بنوع من التعمق فيما يختص بتطوره وتركيباته ووظائفه وأنظمة أعضائه وهكذا . . بحيث توصل إلى وضع مقارنة وافية بدرجة كبيرة بين المجتمع والكائن الحى .

ويمثل تقسيم العمل جزءاً هاماً فى هذا التحليل باعتباره العنصر الموحد الأساسى الذى يحفظ المجتمع كوحدة واحدة :

لقد اعتبر علماء الاقتصاد السياسى فى البداية تقسيم العمل على أنه ظاهرة اجتماعية ، ووفقاً لذلك اعترف به علماء العلوم البيولوجية (علماء الأحياء) على أنه ظاهرة تختص بها الكائنات الحية . والتى أسموها : « تقسيم العمل الفسيولوجى » وهو الأمر الذى يجعل منه فى حالة المجتمع كما هو فى حالة الحيوان كائناً حياً ككل . ومن الصعب أن نعطى التأكيد الكافى للحقيقة القائلة بأنه فيما يختص بهذه السمة الأساسية ، ذلك لأن الكائن الاجتماعى والكائن الفردى متشابهان تماماً .

فالمجتمع يتعرض إلى نمو مستمر وفى أثناء نموه تفقد أجزاؤه تشابهها ويزداد تركيبه اتساعاً . وتتولى الأجزاء غير المتشابهة فى آن واحد القيام بأنشطة مختلفة . لكن هذه الأنشطة ليست فقط مختلفة ، بل إن اختلافاتها ذات صلة ببعضها ليساعد كل نشاط فى تحقيق النشاط الآخر . وهكذا ، فإن المساعدات التبادلية التى تتم تؤدى إلى اعتماد متبادل بين الأجزاء بعضها البعض كما أن الأجزاء التى تعتمد اعتماداً متبادلاً على بعضها ــ حيث تعيش بواسطة بعضها ومن أجل بعضها ــ تكون تجمعاً مبنياً على نفس المبدأ العام الذى يبنى عليه الكائن الفردى [٦] .

ولكن سبنسر لم يأخذ الخطوة التالية ليتأمل الصعوبات التى من المحتمل أن يواجهها المجتمع إذا مازادت درجة التخصص فيه عن الحد المقبول . لقد كان مقتنعاً بأن أهم العمليات التى تقوم بها الطبيعة هى عملية التطور ، وأن التطور عملية طبيعية ، وبالتالى فهو لصالح المجتمع . وقد كان يعتبر التغيرات الكبيرة التى لاحظها على المجتمع الانجليزى مع مجىء النظام الصناعى هى انفتاح تدريجى للمجتمع وفقاً لقوانين التطور الطبيعى . أما القول باحتمال أن تكون التغيرات الاجتماعيّة التى جلبها التطور الطبيعى هى تغيرات غير مرغوب فيها ، فقد كان أمراً لا يقبل التفكير فيه . ولقد كان سبنسر يؤمن إيماناً عميقاً بهذه الآراء لدرجة أنه أصبح مقتنعاً بأن أى تدخل فى التطور الطبيعى

للمجتمع أمر غير مباح ومن المحتم أن يكون له نتائج خطيرة . وقد عارض سبنسر بشدة أى تشريع يهدف إلى تحسين المجتمع بأى شكل من الأشكال وذلك بحجة أن الطبيعة تهدف إلى أن يكون البقاء للأصلح ، وأنه على المدى البعيد سوف يستفيد المجتمع من ذلك . وبينما ناصر كونت التغير الاجتماعى المخطط ، دافع سبنسر بشدة عن سياسة عدم التدخل شبه التام .

وعلى الرغم من هذا ، فإن من الواضح أن الأستاذين الكبيرين المؤسسين لعلم الاجتماعق قد توصلا إلى وضع أنماط متشابهة للنظام الاجتماعى تتصف بالتطور العضوى . كما أن كلاهما قد افترض وجود عملية تؤدى إلى زيادة التميز الاجتماعى . وقد كان لأحدهما تحفظات خطيرة بالنسبة للنتائج المحتملة لزيادة التخصص ، والآخر كانت له محاولة للتدخل فيما يعتبره التطور الطبيعى للمجتمع . ولكن لم يكن لدى أى منهما تقدير كامل للتغيرات الأساسية فى هيكل النظام الاجتماعى التى كانت فى سبيلها للحدوث مع تقدم القرن العشرين . فلم تستطع كتابات كونت التى جاءت قبل مقدم الثورة الصناعية بقليل ولا كتابات سبنسر التى جاءت فى المراحل الأولى من الثورة أن تتنبأ بأن نسيج المجتمع ذاته سوف يتغير بسبب الانقلاب الخطير فى النمط الاقتصادى الذى سوف يجلبه نظام المصنع والنظام الاقتصادى الجديد . كما أن نفس التطور السريع ، الذى حدث فى العلوم والذى نتج عنه ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية فى مجال الاتصال ، وهو بالفعل الذى دفع بهذين الفيلسوفين إلى تأسيس علم المجتمع ، أدى أيضاً إلى ظهور قوى للتنظيم الصناعى الجديد فى المجتمع . وقد كان تأثير هذا النظام الجديد تأثيراً محسوساً فى كل ركن من أركان العالم .

نظرية تونيز عن الروابط الاجتماعية

ظهرت صياغة أخرى هامة لنظرية المجتمع فى مقاطعة شلسويج ــ هولستين فى ألمانيا عام ١٨٨٧ ، حيث توصل شاب صغير من تلك المنطقة يدعى فرديناند تونيز إلى تحليل اجتماعى نظرى تحت اسم جيمنشافت وجيزيلشافت . وفى هذا طرح تونيز نموذجين متعارضين من التنظيمات الاجتماعية : أحدهما يمثل فترة ما قبل ثورة التصنيع ، والثانى هو نتاج الثورة الصناعية بدرجة كبيرة . وقد ركز تونيز فى تحليله لطبيعة المجتمع ، بدرجة

أقل ، على القياس العضوى أو النتائج المحتملة للتخصص . وركز اهتمامه على أنواع الروابط الاجتماعية التى توجد بين أفراد المجتمعات والجماعات فى نموذجين من التنظيمات الاجتماعية مختلفين تمام الاختلاف .

جيمنشافت ضد جيزيلشافت . إن لفظ جيمنشافت ألمانى ليس من السهل ترجمته إلى الانجليزية ، ولكن عادةً ما تستعمل كلمة « الجماعة » كلفظ معادل له . ولكن الصعوبة والتعقيد فى المعنى الذى يقصده تونيز لا يفهم بسهولة من الترجمة البسيطة للمعنى . وأفضل طريقة لتوضيح فكرة جيمنشافت هو تقديم بعض النماذج المماثلة من الروابط المتبادلة بين الأفراد والتى يشملها معنى اللفظ . وعلى سبيل المثال الروابط والمشاعر الشخصية الموجودة بين أعضاء أسرة عادية . ولكن الفكرة أوسع من مجرد حدود الأسرة ، إذ يمكن أن تصل إلى أعضاء قرية معينة أو حتى مجتمع ما صغير يتصفون بهذه الروح الموجودة فى اللفظ . إن هذا النوع من العلاقة يمكن أن يوجد لأن الأفراد ينتمون لبعضهم البعض عن طريق رباط الدم ، كما أن بينهم احتراماً متبادلاً ، ويمكن أن تنشأ هذه العلاقة لأن الأفراد يرتبطون بمكان معين بحكم العرف حيث يحيون حياة على درجة عميقة من التكامل ، لدرجة أنه من الممكن أن يوجد « جيمنشافت » فى الفكر أيضاً ، كما يحدث عندما يتقاسم أعضاء نظام دينى التزاماً عميقاً نحو مجموعة معينة من المعتقدات والتى تصبح ركيزة لتنظيم اجتماعى قوى . وباختصار ، فإن تنظيم جيمنشافت هو تنظيم يتميز بترابط أفراده بدرجة شديدة عن طريق التقاليد أو عن طريق القرابة والصداقة أو بسبب عنصر آخر من عناصر تماسك المجتمع . إن مثل هذا التنظيم الاجتماعى يضع الفرد داخل حلقة من الأنظمة شديدة القوة من التحكم الاجتماعى غير الرسمى . وباختصار ، يشير الجينمشافت إلى إحساس متبادل بالارتباط يجمع الجنس البشرى معاً كأعضاء فى كل واحد [٧] . هذا الكل الواحد قد يكون أسرة أو عشيرة أو قرية أو نظاماً دينياً أو حتى مجتمعاً بالكامل يوجد لديه ركيزة من أجل وحدته المشتركة هى هذا النوع الخاص من العلاقة الاجتماعية بين أعضائه .

ومن الواضح أنه ربما كان يوجد عدد قليل من المجتمعات التى كانت ترتكز الروابط الاجتماعية فيها على مثل هذه المشاعر القوية للجماعة بمعنى الجينمشافت . ولكن حتى باعتباره بناءً مجرداً ، فإن هذا النموذج المثالى يمكن أن يستخدم كإطار من أجل مناقشة

التغيرات التى تطرأ على التنظيم الاجتماعى والأنواع الجديدة من الروابط بين الأعضاء التى قد تظهر إذا ما تطور المجتمع إلى شكل آخر من الأشكال . وعلى سبيل المثال : عندما يصبح تقسيم العمل تحت تأثير التصنيع على درجة كبيرة من التعقيد من خلال التخصص المتزايد : هل يوجد تراجع فى الجيمنشافت ؟ لقد رأى تونيز أن وطنه يمر بشكل من أشكال التحول حيث يتحول من مجتمع زراعى أساساً إلى مجتمع حضرى وصناعى بشكل متزايد . وحيث أنه لم يقترح أن التطور الاجتماعى هو ببساطة الانتقال من الجينمشافت فى العلاقات الاجتماعية إلى شكل آخر ، فقد كان واضحاً له أن شكلاً متناقضاً آخر سوف تزداد أهميته ليصبح الوصف الملائم لنظام مختلف تمام الاختلاف للعلاقات الاجتماعية بين الأعضاء فى المجتمع الأكثر حداثة .

والشق الثانى من بناء تونيز النظرى هو جيزلشافت . والشرط الأساسى للعلاقة الاجتماعية فى الجيزلشافت هو العقد ، والعقد بمعناه الواسع هو علاقة اجتماعية تطوعية يتم الاتفاق الرشيد عليها ، وفى هذه العلاقة يعد كل طرف بالوفاء بالتزامات محددة تجاه كل منهما للآخر أو أن يخسر بضاعة معينة فى حالة انتهاك شروط العقد . وعلى حين أن العقد هو علاقة رسمية (غالباً ما تكون مكتوبة وعادةً ما يساندها نظام آلى غير شخصى من التحكم الاجتماعى) ، فإن العلاقة الاجتماعية فى الجينمشافت هى علاقة غير رسمية . وفى المجتمع الجديد الذى يتميز بحركة الائتمان الضخمة وبالأسواق العالمية والاتحادات الرسمية الكبيرة والتقسيم الواسع للعمل ، نجد أن العلاقة التعاقدية موجودة على نطاق واسع بين أفراده . ويرتبط المشترى والبائع ببعضهما البعض بهذه الطريقة ، تماماً مثلما يفعل صاحب العمل والموظف الذى يعمل لديه . وفى الحقيقة ، فإن الرباط الأقدم وهو رباط الجيمنشافت الذى يقوم على الإحساس المتبادل بالارتباط يتم استبداله بالعلاقات التعاقدية فى جميع المؤسسات الكبيرة والنظام التعليمى والدين ، وفى بعض الحالات داخل الأسرة أيضاً . وفى بعض مجالات التبادل الاجتماعى يكاد يكون الجيزلشافت هو النوع الوحيد من العلاقة التى يمكن أن تقوم بين طرفين (على سبيل المثال شراء أو تأجير مسكن) كما أنه نادراً ما يوجد فى بعض المجالات الأخرى (على سبيل المثال داخل الأسرة) .

وبينما لم يحدث أن كان أو سوف يكون هناك مجتمع يعتمد بالكامل على العلاقة التعاقدية بين أفراده ، إلا أنه من الواضح أن هذا النوع من الروابط الاجتماعية قد أصبح

له وجود كلى وسائد . كما أنه من الواضح أيضاً أن جيزلشافت تعنى نظرية مختلفة تماماً للأفراد تجاه أعضاء المجتمع عن نظرتهم فى حالة الجيمنشافت :

ففى الجيزلشافت كل فرد قائم بنفسه ومنعزل ويوجد حالة من التوتر تجاه الآخرين جميعهم ، كما أن مجالات أنشطتهم مختلفة ومنفصلة انفصالاً تاماً . وعليه ، فإن كل شخص يرفض اتصال أو انضمام أى شخص آخر إلى مجاله . وعلى سبيل المثال ، فإن التدخل أو الإقحام يعد من الأفعال العدائية . ويصبح مثل هذا الاتجاه السلبى تجاه كل فرد نحو الآخر هو الاتجاه الطبيعى الذى يكتنف دائماً علاقة مع أولئك الأفراد من ذوى النفوذ ، كما أنه يميز الجيزلشافت بالنسبة للروابط الأخرى ؛ فلا أحد يرغب فى منح أو تقديم أى شىء لشخص آخر أو يكون ميالاً للعطاء عن طيب خاطر ما لم يكن مقابل هدية أو عمل معادل بحيث يعتبره على الأقل مساوياً لما قدمه [٨] .

المجتمع غير الشخصى أو المجتمع مجهول الهوية . وبناءً على ما تقدم ، فإن الجيزلشافت (أو نظام العقد) يضع الفرد داخل نظام اجتماعى يتميز بأنه غير شخصى ومجهول الهوية ، وهى حالة لا يعامل فيها الأفراد أو يُقيموا وفقاً لصفاتهم الشخصية ، ولكن يتم تقييمهم فيها وفقاً لدرجة تمسكهم بالوفاء بالالتزامات التى تعاقدوا عليها . إن الجيزلشافت هو نظام يقوم على العلاقات التنافسية ، ويسعى فيه الأفراد إلى تحقيق أقصى ما يمكن أن يحصلوا عليه من العلاقات المتبادلة والحد الأدنى لما يمكن أن يعطوه ، ويتعلموا فى نفس الوقت كيفية الحذر من الآخرين .

وسوف يدرك القارىء أن هاتين النظرتين للتنظيمات الاجتماعية قد تمت المبالغة فى رسمها عمداً من أجل أهداف نظرية . ومع ذلك ، فإن التناقض بين الجيمنشافت والجيزلشافت يقدم إطاراً مفيداً جداً من أجل تفسير أثر تغير الظروف الاجتماعية على الفرد فى النظام الصناعى الناشىء فى ذلك الحين . ومن الممكن أن يوضع الجيمنشافت بسهولة فى المكانة المثلى حيث يؤدى إلى الراحة والدعم النفسى ، بينما يمكن بسهولة اتهام الجيزلشافت بأنه يسبب التوتر والألم النفسى . ومثل هذه التفسيرات كثيرة فى الأدب وفى الفكر الشعبى ، بل وحتى فى علم الاجتماع ، حيث كانت الحياة البسيطة للجماعة فى المجتمعات التى سبقتها ، أو الأكثر ميلاً لحياة الريف ينظر إليها على أنها « خير » ، بينما العلاقة غير الشخصية للعقد الموجودة فى المناطق الحضرية تعرف على أنها « شر » ، ولكن

بينما فكر الكثيرون حول هذا الأمر إلا أن مهمتنا الحالية هى أن نستخلص من مثل هؤلاء الكتاب فى القرن التاسع عشر ، مثل تونيز ، الأفكار التى أثرت على أولئك الذين حولوا اهتمامهم إلى تقدير أثر الوسائل الجديدة للإعلام على المجتمع . وتماماً ، مثلما أدت كثرة النظريات والاختراعات فى العلوم الطبيعية إلى الأساس المادى الذى سبب ظهور وسائل الإعلام ذاتها ، فإن تكدس الفكر الاجتماعى بخصوص طبيعة النظام الاجتماعى المعاصر قدم الأساس الفكرى الذى بدأت به وسائل الإعلام عملها عندما أصبحت حقيقة وواقعاً .

تحليلات دوركهايم حول نظرية تقسيم العمل

قبل أن نتفق على مفاهيم مختلفة ، علينا دراسة بعض الأفكار النظرية للمجتمع الذى ظهر فيه خلال نهاية العقد التاسع من القرن الحالى كاتب جديد كانت له أفكار ذات معانٍ خاصة . وقبل نهاية هذه الفترة ، فى عام ١٨٩٣ ، نشر إيميل دوركهايم كتابه « تقسيم العمل فى المجتمع » . وفى هذا الكتاب ، استطاع أن يضيف مفاهيم جديدة إلى تلك التى أشرنا إليها مثل كتابات كونت وسبنسر وتونيز [٩] .

التماسك الآلى والتماسك العضوى . لقد كان الهدف النهائى للتحليل الشامل الذى أجراه دوركهايم هو إيضاح أن تقسيم العمل فى مجتمع ما هو السبب الرئيسى للتماسك الاجتماعى فى ذلك المجتمع ، وأن تقسيم العمل قد تغير (مثلما يحدث خلال عملية التطور الاجتماعى) وأن القوى الموحِّدة للمجتمع قد تخضع للتغيير . ويرجع التماسك إلى الروابط النفسية والاجتماعية التى توحد الأفراد . ومع أن دوركهايم يستخدم مصطلحات فنية مختلفة جداً ، إلا أنه يكرس نفسه للمشكلة العامة ذاتها ، كما كان يفعل تونيز . وقد كان دوركهايم يقصد بتقسيم العمل أكثر من مجرد التخصص فى المؤسسة الاقتصادية .

ويتعين علينا أن نسأل : لقد وصل تقسيم العمل فى المجتمعات المعاصرة إلى ما وصل إليه من تطور ــ أفلن تكون إحدى وظائفه هى تكامل بنيان المجتمع لضمان بقاء هذه

الوحدة ؟ ومن المنطقى تماماً أن نفترض أن المجتمعات السياسية يمكن فقط أن تحافظ على توازنها بفضل التخصص فى المهام ، أو أن تقسيم العمل هو السبب الرئيسى على الأقل ، إن لم يكن السبب الوحيد ، لتماسك المجتمع . ولقد تبنى كونت هذا الرأى بالذات . وقد كان كونت أول علماء الاجتماع ـ على حد علمنا ـ الذين وجدوا فى تقسيم العمل شيئاً يختلف عن مجرد كونه ظاهرة اجتماعية بحتة . فقد رأى أنه أكثر الشروط أهمية فى الحياة الاجتماعية بشرط أن يدرك الفرد ما تعنيه الكلمة من معان منطقية ، أى أن يطبقها الفرد على كل عملياتنا المختلفة مهما كان نوعها بدلاً من أن يعزو ذلك ـ وهو أمر مألوف ـ إلى الفوائد المادية البحتة [١٠] .

ورغبة منه فى إيضاح المضامين والمعانى الاجتماعية الكامنة وراء تقسيم العمل ، أجرى دوركهايم موازنة بين التماسك الآلى وبين التماسك العضوى ، فوجد أن التماسك الآلى هو ذلك التماسك الذى يوحد بين الناس المتشابهين فى النواحى الجوهرية . ويصل أفراد شعب معين ـ من خلال حياتهم وأعمالهم العادية وفى ظل التقسيم البدائى للعمل ـ إلى مجموعة من المعتقدات والقيم والعادات الأخرى ، ثم يسلمون بها تسليماً عميقاً وعاماً . وفضلاً عن أن هذه العادات تصبح مميزة تمييزاً حقيقياً لكل فرد ، فإن هناك أساساً محدوداً لتطور الشخصية الفردية الشاملة . ويرى دوركهايم أنه مادام هناك تقسيم طفيف للعمل ، أو مادام أن العمل يفتقر إلى ذلك ، لا يتصرف الناس بطريقة متشابهة فحسب بل إنهم يفكرون ويشعرون أيضاً بأسلوب متشابه . وفى مجتمع يسير على هذا النحو ، يمكن أن يتناسب تزايد الارتباط تناسباً عكسياً مع الشخصية لأن الشخصية هى التى تميز الفرد عن غيره . « ولو كانت رغبتنا قوية ومتجددة فى التفكير والتصرف بمفردنا ، فإنه لا يمكننا أن نميل بدرجة عالية إلى التفكير والتصرف على غرار ما يفعله الآخرون » [١١] . وفى حالات شاذة ، قد تختفى الشخصية تماماً ، وقد يصبح أفراد المجتمع متجانسين تماماً فى نظام سلوكهم العقلى والشخصى . وفى هذه الحالة النظرية الثابتة ، قد يصبح أفراد المجتمع متشابهين تماماً فى سلوكهم .

ويمكن لجزيئات (عناصر) المجتمع ، التى قد تكون متماسكة بهذا الشكل ، أن تتحرك معاً بحيث تفتقد الحركة الذاتية على غرار ما يحدث لجزيئات الكائنات غير العضوية . وهذا هو السبب الذى دعانا إلى اقتراح تسمية هذا النوع « بالترابط الآلى » . ولا يعنى هذا المصطلح أن هذا الارتباط يحدث من خلال الوسائل الميكانيكية (الآلية)

أو الصناعية . ولكننا لجأنا إلى إطلاق هذه التسمية بسبب التشابه مع الالتحام أو الترابط الذى يؤدى إلى تكوين وحدة نتيجة لحركة عناصر أو أجزاء كائن حى [١٢] .

ومن الواضح أنه لا يوجد أى مجتمع يتميز تماماً بهذا النوع من التنظيم الاجتماعى . وقد طرحت فكرة الترابط الآلى ، كأساس لربط أفراد جماعة معينة بباقى الجماعات ، على أنها مصطلح مجرد أكثر من كونها وصفاً لهم ، أى أنها افترضت لتصوير الواقع بدقة فائقة . ويمكننا أن نقول نفس الشىء عن مفهوم دوركهايم الثانى وهو : « الارتباط العضوى » . ومع ذلك ، إذا ما أضفنا المصطلحين معاً ، نستطيع آن نقدم إطاراً تفسيرياً ثالثاً يفيد فى فهم ظهور المجتمع الحديث .

والواقع أنه على حين يقوم الترابط الآلى على « تجانس الأعضاء » homogeneity نجد أن الترابط العضوى أساسه « اختلاف الأعضاء » heterogeneity . والواقع أنه ، فى المجتمع الذى يقسم فيه العمل بشكل متطور تطوراً جيداً ، يعتمد كل الأفراد الذين يؤدون أعمالاً متخصصة على الآخرين الذين ينسقون أنشطتهم معهم . وقد نجح سبنسر نجاحاً ملموساً فى تحديد نقاط التشابه بين الكائنات الحية والمجتمع بوصفها أنظمة متحدة من الأجزاء التى يعتمد عملها على التبادل .

أما دوركهايم فقد أدرك أن الاعتماد المتبادل ناتج عن التخصص وعرّف ذلك بأنه نوع من القوى الاجتماعية التى تربط عناصر المجتمع معاً لتشكيل المجتمع كله الذى يعتمد بشكل شبه منسجم . ولكن العامل الأساسى هو أن تقسيم العمل من خلال الترابط العضوى يؤدى – بدرجة كبيرة – إلى زيادة درجة الشخصية الفردية والاختلاف الاجتماعى داخل المجتمع :

وبينما يعنى النوع السابق من الترابط أن هناك تشابهاً بين الأفراد ، نجد أن هذا النوع يفترض وجود فرق بينهم . وإذا كان النوع الأول ممكن فقط مادامت الشخصية الفردية تذوب داخل الشخصية الجماعية ، فإن النوع الثانى ممكن فقط إذا ما أتيح لكل فرد مجال للتصرف يخصه ، أى يخص شخصيته . ومن ثم ، فإنه من الضرورى أن يترك الضمير الجماعى مجالاً مفتوحاً لجزء من الضمير الفردى حتى يتمكن من إنجاز بعض المهام الخاصة ، وهى المهام التى لا يستطيع الضمير الجماعى أن يقوم بتنظيمها . وكلما زاد مدى هذا المجال ، زاد الالتحام الناشىء عن هذا النوع من التضامن والترابط [١٣] .

العزلة النفسية . ويواصل دوركهايم إيضاح أن نمو تقسيم العمل يزيد اعتماد كل شخص متخصص على الآخرين . ولكن هذا لا يعنى أن هذا الاختلاف المتزايد يؤدى إلى اتفاق فى الفكر بل وعلى العكس فإن « كل فرد يكتسب بشكل مطرد أسلوبه الخاص فى التفكير والتصرف ، ولا يخضع تماماً للوحدة المشتركة الشائعة »[١٤] . وهكذا ، فبينما نجد أن الأفراد المتخصصين تخصصاً رفيعاً يمكن جمعهم إلى حد ما داخل إطار من الاعتماد فى العمل على الآخرين ، فإنهم منعزلون فى نفس الوقت داخل معنى سيكولوجى لأن التخصصات تدفعهم إلى تنمية شخصيتهم بشكل مطرد .

وقد لاحظ دوركهايم أيضاً أن تطور المجتمع إلى شكل أكثر تعقيداً يؤدى إلى زيادة العلاقات الاجتماعية على نفس النمط الذى أطلق عليه تونيز اسم جيزلشافت « من المؤكد أن العلاقات التعاقدية التى كانت نادرة أساساً أو غائبة ، تتضاعف عندما يقسم العمل الاجتماعى »[١٥] . وهكذا لم تقتصر نتيجة زيادة تقسيم العمل على زيادة اختلاف الأفراد فحسب بل امتدت أيضاً إلى إدخال عدد متزايد من العلاقات الشكلية والجزئية بين أفراد الشعب .

الشذوذ . وأخيراً أدرك دوركهايم أنه فى ظل بعض الظروف قد يؤدى تقسيم العمل إلى ما أطلق عليه اسم « الأشكال المرضية » . فقد قال : « رغم أنه من الطبيعى أن يؤدى تقسيم العمل إلى الترابط الاجتماعى إلا أنه يحدث أحياناً نتائج مختلفة بل وحتى متناقضة »[١٦] . ولو كانت الوظائف الاجتماعية ــ أى أجزاء الهيكل العضوى ــ غير مرتبطة ارتباطاً جيداً ، لكان من الممكن أن ينفصم الترابط الاجتماعى . فالأزمات التجارية وكساد التجارة والنزاع بين العمال والإدارة والثورات المدنية وأعمال الشغب والمظاهرات واحتجاجات بعض الجماعات ، أبلغ دليل على ذلك .

ومن ثم ، فإن التقسيم الكبير بشكل مفرط للعمل ، الذى يؤدى إلى خلق انسجام لدرجة معينة ، هو نفسه يحتوى على بذور الشقاق الاجتماعى إذا ما تجاوز ذلك نقطة معينة . وكما أوضح دوركهايم كان ذلك ــ بالطبع ــ هو وجهة نظر أوجست كونت . وقد أطلق دوركهايم على هذه الحالة من عدم الانسجام اسم « الشذوذ » Anomie . وهذا الشذوذ هو أحد أمراض الكائن الاجتماعى ، وهو يحدث عندما يصل تقسيم العمل إلى النقطة التى يعجز عندها الأفراد عن الارتباط مع غيرهم ارتباطاً فعالاً .

ويؤدى التنوع الوظيفى إلى خلق تنوع معنوى لا يستطيع أى شيء منعه ، وهذا أمر حتمى إلى حد أنه ينبغى على الفرد أن ينمو كما يفعل الآخرون . وفضلاً عن ذلك ، فإننا نعرف سبب تطور هاتين الظاهرتين على نحو متواز . وبذلك تصبح المشاعر الجماعية أكثر أهمية فى توحيد النزعات والميول الطاردة التى يقال إن تقسيم العمل يؤدى إلى ظهورها ، ولأن هذه الميول تزيد عندما يزداد تقسيم العمل ، وفى الوقت ذاته تضعف المشاعر الجماعية [١٧].

وباختصار نقول : عندما يصبح المجتمع أكثر تعقيداً بشكل مطرد ، وعلى حين يصبح أفراد المجتمع أكثر قلقاً على حرفهم الخاصة وتطورها ، فإن هؤلاء الأفراد يفقدون القدرة على التكيف معه ، ويدفعون بأنفسهم إلى الشعور بأنهم يشتركون فى هذا الإحساس مع الآخرين . وأخيراً ، يصبح هؤلاء الأفراد مجموعة من الأفراد المنعزلين نفسياً ، وهم يتعاملون مع بعضهم بعضاً ولكن بدافع من داخلهم ، ويرتبطون معاً عن طريق الروابط التعاقدية بصفة أساسية .

نشوء نظرية المجتمع الجماهيرى

ومع نهاية القرن العشرين ، كانت صورة المجتمع الجديدة هى أنه يتغير من نظام اجتماعى تقليدى مستقر يرتبط فيه الناس ارتباطاً وثيقاً ، إلى مجتمع يتميز بتعقيد أكبر حيث ينعزل فيه الأفراد اجتماعياً عن بعضهم البعض . وبشكل أو بآخر ، فإن البناء المتطور والمتراكم للنظرية الاجتماعية ، رغم كونه غير متناسق بل ولكونه متعارضاً أيضاً ، كان يبدو أنه يؤكد على هذه الأفكار الرئيسية . فقد كان المجتمع كبيراً ومعقداً ، وكان يتحول باطراد إلى مجتمع أكثر تعقيداً . وقد رأى البعض أن هذا التعقيد يمثل « تقدماً » عن طريق قوانين التطور الطبيعية إلى نظام مرغوب بدرجة أكبر يتسم فى النهاية بانسجام أكبر عن ذى قبل . وكان آخرون يرون أنه كان يمثل حركة « غادرة » نحو التواجد الكئيب والمنعزل بالنسبة للفرد الذى يهتم قليلاً بالحرف الخاصة ويتسم بعدم القدرة على التكيف الشديد مع الآخرين . وقد ثار جدل كبير حول صحة التدخل فى تحول المجتمع من خلال سن القوانين ، كما ثارت ادعاءات أخرى حول الاستراتيجية المثلى الممكنة لمقاومة

التطور التالى للنظريات المتصلة بهذه التغيرات الكبيرة . ومع ذلك ، فإنه رغم وجهات النظر المتباينة بشأن الاستراتيجيات والنتائج ، كان من الواضح لمعظم دارسى النظام الاجتماعى أن العالم الغربى يشهد زيادة فى حجم الاختلاف والفردية ، وانخفاضاً فى الدرجة التى يستطيع المجتمع السيطرة فيها بشكل فعّال على أفراده من خلال الوسائل غير الرسمية ، وتحولاً متزايداً للفرد عن التكيف القوى مع المجتمع ككل ، وتنامى العلاقات الجزئية والاجتماعية التعاقدية ، وزيادة كبيرة فى العزلة النفسية للكائن البشرى (الفرد) .

وكان يقال إن هذه التحولات الاجتماعية العامة تؤدى إلى ظهور المجتمع الجماهيرى . غير أن فكرة المجتمع الجماهيرى mass society لا تعنى المجتمع الضخم massive حيث تعنى هذه العبارة المجتمع كثير العدد . ففى العالم مجتمعات كثيرة مثل الهند وصل عدد شعبها إلى أرقام فلكية ولكنها لاتزال تقليدية تقريباً فى تنظيمها . فى حين أن المجتمع الجماهيرى يشير إلى العلاقة القائمة بين الأفراد والنظام الاجتماعى المتعلق به . وكما تم التأكيد فى النظريات التى بحثناها من قبل : (١) يفترض أن الأفراد فى المجتمع الجماهيرى فى وضع يتسم بالعزلة النفسية عن الآخرين . (٢) ويقال إن انعدام المشاعر الشخصية هو الذى يسود خلال تفاعلاتهم مع الآخرين . (٣) كما يقال إنهم يتحررون نسبياً من المتطلبات المتصلة بالالتزامات الاجتماعية العامة . وقد جاءت هذه الأفكار عن طريق بعض علماء الاجتماع فى موعدها مع مطلع القرن العشرين ، ومازالت تحتفظ بأهميتها إلى جانب عدد من الأفكار المضادة والتغيرات التى أدخلت عليها [١٨] .
وبعد أن قام كل من بروم وسيلزنيك بمناقشة مسألة تنظيم النظام الاجتماعى الصناعى فى مدن العالم الغربى المعاصر ، أوجزا الخطوط الرئيسية لفكرة المجتمع الجماهيرى بإيجاز بارع فى الفقرة التالية :

> يتكون المجتمع الحديث من الجماهير بمعنى أنه « قد ظهر جمهور عريض من الأفراد المنفصلين المعزولين الذين يعتمدون على بعضهم البعض فى كل الوسائل المتخصصة وإن كانت تنقصهم قيمة أو هدف أساسى يوحد بينهم » . وقد أدى ضعف الروابط التقليدية وتنامى العقلانية وتقسيم العمل إلى خلق مجتمعات تتكون من أفراد مرتبطين ببعض ارتباطاً طفيفاً . وفى هذا الشأن ، تعنى كلمة الجماهير mass شيئاً أو معنى أقرب إلى حد ما من كلمة « تجمع » an aggregate منها إلى معنى مجموعة اجتماعية مرتبطة ارتباطاً شديداً [١٩] .

وقد اقترنت هذه الرؤية للطبيعة الاجتماعية للكائنات البشرية بالنماذج العامة المتطورة لطبيعتها النفسية . وباختصار ، كان السلوك البشرى ـ وفقاً للمعالجات الاجتماعية البيولوجية العصبية والمقارنة ـ محصلة للمواهب الطبيعية الوراثية إلى حد ما ، بمعنى أن دوافع السلوك جاءت ضمن التركيب البيولوجى . وكان من المفروض أن يكون لهذا الخط الفكرى معانٍ هامة بسبب التفسيرات السابقة لوسائل الإعلام الجماهيرى الجديدة . وسوف نوضح لكم فى الفصول التالية طبيعة هذه النماذج النفسية العامة وأهميتها فى تفسير وسائل الإعلام .

المجتمع الجماهيرى ونظرية القذيفة السحرية

لقد كان من الأمور التى تتعارض مع هذه الخلفية الفكرية أن وسائل الاتصال الجماهيرى انتشرت فى المجتمعات الغربية الكبرى خلال سنواتها الأولى . ولتقدير التأثير الذى أحدثته التفسيرات العامة « لطبيعة الطبيعة البشرية » على بعض أساليب التفكير الأولى بشأن وسائل الإعلام ، فإننا نحتاج إلى أن ننظر باختصار إلى الفترة التى كان الاتصال الجماهيرى خلالها لايزال ظاهرة اجتماعية جديدة كان على العالم أن يواجهها .

الدعاية فى خلال الحرب والاعتقاد فى سلطة الإعلام

لم تكد تمر السنوات العشر الأولى من القرن العشرين حتى خاضت أوروبا ثم الولايات المتحدة الأمريكية الحرب العظمى . وقد أصبح تقسيم العمل والتغاير (الاختلاف) والفردية الناشئة التى جعلت بالإمكان ظهور المجتمعات الصناعية الجديدة ، أصبح مشكلة فى ذلك الوقت . وقد كانت الحرب العالمية الأولى بحق أول أعمال النضال الشامل الذى لعبت فيه الشعوب كاملة أدواراً نشطة ومنسقة فى الجهود المبذولة ضد أعدائها . وفى معظم الحروب السابقة كانت القوات العسكرية المواجهة تقوم بتنفيذ نضالها بشكل مستقل نسبياً عن المدنيين . وما لم يحدث أن تقع المعارك فى المناطق القريبة منهم ، كان الناس القابعون فى المنازل لا يشتركون فى هذه الحروب ولا يلاقون تورطاً

عميقاً أو شخصياً . وقد كان ذلك حقيقياً فى انجلترا على وجه الخصوص التى لم يحتلها عدو منذ الغزو النورماندى (الفرنسى) . وكان ذلك حقيقياً أيضاً فى الولايات المتحدة الأمريكية التى كانت آخر مرة تعرف فيها الجنود الأجانب على شواطئها خلال الفترات الثورية رغم أن الحرب الأهلية أدت إلى ظهور مشقة بالغة فى بعض المناطق .

والحقيقة هى أن هذا النوع من الحروب كان اختباراً للقدرة الصناعية لأمة ضد قدرة الأمة الأخرى . وقد تم تعزيز الجيوش فى الميدان ، واعتمدت بالكامل على المجمّعات الصناعية الكبرى فى الوطن ، واستلزمت هذه الجهود الصناعية الضخمة التعاون الصادق وحماس المدنيين الذين كانوا يخدمون فيها . وقد تطلبت الحرب الشاملة استغلال موارد الأمة استغلالاً كاملاً . وكان يجب التضحية بوسائل الراحة المادية ، والمحافظة على الروح المعنوية ، وكان يتعين إقناع الشعب بترك أسرهم والالتحاق بصفوف الجيش . وكان يتعين أداء العمل فى المصانع بحزم لا يفتر . ولا يقل عن ذلك أهمية أنه كان من الضرورى الحصول على المال لتمويل آلة الحرب .

الدعاية والحاجة إلى المجتمعات المتكاملة « جيمنشافت » . ومع ذلك ، فإن شعوب المجتمعات الصناعية المتنوعين والمختلفين والمتباينين لم يكونوا مرتبطين معاً بهذا « الإحساس بالارتباط المتبادل . . . الذى يجعل الأفراد مرتبطين معاً كأفراد مجموعة متكاملة »[٢٠] . والحقيقة أنهم لم يكونوا مجتمعات متكاملة Gemeinschaft ولكنهم كانوا مثل المجتمعات الجماهيرية التى كانت تفتقر إلى مثل هذه الروابط الفعّالة . ومع ذلك ، كانت هذه الروابط الشعورية هى التى كانوا يحتاجون إليها لتوحيد هذه الشعوب فى إطار من الترابط الفعّال الذى جاء بعد جهود الحرب . ونظراً لأن كل دولة أصبحت ملتزمة سياسياً بالحرب ، فقد نشأت حاجة عاجلة وحاسمة جداً إلى إيجاد روابط أقوى بين الفرد والمجتمع ، ولذا ، أصبح من الضرورى تحريك الأحاسيس ومشاعر الولاء لكى يغرسوا فى نفوس المواطنين البغض والخوف من العدو ، ولكى تبقى الروح المعنوية مرتفعة رغم الحرمان، ولكى يركزوا طاقاتهم للإسهام بشكل فعال لصالح الأمة .

وقد كانت الدعاية هى وسيلة تحقيق هذه الأهداف الملحة . وأدت وسائل الدعاية المصممة تصميماً دقيقاً إلى تعلق الأمة بالقصص الإخبارية والصور والأفلام واسطوانات الفونوجراف والخطب والكتب والخطب الدينية وملصقات الإعلان والإشارات اللاسلكية

والشائعات وإعلانات لوحة الإعلانات والإعلانات التى توزع على الناس . وقد برر ضياع السياسة العليا أية وسيلة تقريباً ، فقد كان الرهان كبيراً والغايات عظيمة الأهمية . وكان يتعين على الناس أن يكرهوا العدو وأن يحبوا بلادهم ، وأن يزيدوا إسهامهم فى المجهود الحربى لأقصى درجة . ولم يكن من الممكن الاعتماد عليهم فى أداء ذلك طواعية . وفى ذلك الوقت ، أصبحت وسائل الإعلام المتاحة هى الأدوات الرئيسية لإقناع الناس بهذا العمل .

وبعد انتهاء الحرب ، تعرض للسخرية عدد من الأشخاص الذين شاركوا مشاركة هامة فى صنع الدعاية ، وكان ذنبهم فى ذلك هو أنهم مارسوا الخداع الفاضح . وكانت الأكاذيب الفظيعة آنذاك تنقل من طرف واحد عن الطرف الآخر . وعندما كانت تعرض على الشعب من خلال وسائل الإعلام كانوا غالباً ما يصدقونها . والحقيقة أن لا أحد رأى من قبل مثل هذا الإقناع واسع النطاق الذى يمتد لإقناع الشعب كله من خلال وسائل الإعلام . وقد استخدم فى ذلك أسلوب منسق تنسيقاً كاملاً وذكياً . وفضلاً عن ذلك ، كان هؤلاء الناس يعيشون فى وقت يتسم بالبراءة الواضحة ، بل إن كلمة « دعاية » لم يكن معناها مفهوماً للمواطن العادى . وبعد الحرب ، أصبح الجمهور أكثر دراية وحنكة عندما نشر المتخصصون فى الدعاية آنذاك سلسلة من التقارير المثيرة عن الخدع الكبيرة التى استخدمت خلال الحرب .

ولكى نوضح باختصار الأسلوب الذى وجده المتخصصون فعّالاً فى الدعاية ، والاستجابات التى كانوا يسعون إلى تحقيقها على نقاط الإثارة stimuli التى كانوا يستخدمونها ، فإننا نعرض الفقرة التالية المأخوذة من أحد التقارير التى عرضت للقراءة بشكل واسع النطاق بعد الحرب :

> كانت « قصص الوحشية » عاملاً كبيراً فى الدعاية الانجليزية . وقد ابتلع معظم هذه القصص ، وبشراهة ، جمهور لا يرتاب ، كان من الممكن أن يكون أقل استعداداً لقبول قصص الرعب الألمانية لو أنه شهد بعينيه ميلاد « قصص الوحشية » شديدة الكآبة فى مقر قيادة إدارة المخابرات البريطانية فى ربيع سنة ١٩١٧ .
>
> كان العميد ج . ف . شارترز يقارن بين صورتين تم تصويرهما فى المواقع الألمانية ، كانت الصورة الأولى صورة حية لمشهد مرعب توضح سحب جثث الجنود الألمان إلى المدافن الكائنة خلف الخطوط . أما الصورة الثانية فكانت تصور الجياد الميتة وهى فى

طريقها إلى المصنع الذى خصصه المخترعون الألمان فى استخراج الصابون والزيوت من عظامها . وفجأة جاءت الجنرال شارترز فكرة جهنمية كما لو كانت شعاعاً خاطفاً ، فقد فكر فى تغيير التعليق على الصورتين ، فاستخدم المقص ببراعة ولصق العبارة « الجثث الألمانية فى طريقها إلى مصنع الصابون » تحت صورة الجنود الألمان القتلى ، وفى خلال أربع وعشرين ساعة ، كانت الصورة قد وضعت فى جوال البريد المتجه إلى شنغهاى .

وقد أرسل الجنرال تشارترز الصورة ذاتها إلى الصين لإثارة الرأى العام ضد الألمان .. وفى هذا الشأن ، تجدر الإشارة إلى أن الصينيين يبجلون الموتى إلى حد التأليه ، وكان تدنيس الموتى الذى نسب إلى الألمان هو أحد العوامل الرئيسية التى دفعت الصين إلى إعلان الحرب على قوات دول المحور [٢١] .

ولا يهمنا إن كان المتخصص فى هذه الدعاية مصيباً فى تقييمه لأثر هذه الصورة المزيفة أم لا ، ولكن هذا المثال المعروض والأثر المرغوب يقدمان توضيحاً ممتازاً لنمط نظرية الاتصال الجماهيرى الذى تقوم عليها جهود الدعاية . وقد كانت النظرية بسيطة نسبياً ، كانت تتمشى مع صورة المجتمع الجماهيرى الذى كان ميراثاً فكرياً عن القرن التاسع عشر . وقد كان يُفترض أن المؤثرات (نقاط التأثير) المصممة ببراعة يمكن أن تصل إلى كل عضو على حدة فى المجتمع الجماهيرى عن طريق وسائل الإعلام ، وأن كل فرد يمكن أن يدركها بنفس الطريقة العامة ، وأنه من الممكن أن تحدث استجابة متماثلة تقريباً من كل الأفراد .

الرسائل الإعلامية كقذائف سحرية . وبعد انتهاء كارثة الحرب نشأ اعتقاد عام بالقدرة البالغة لوسائل الاتصال الجماهيرى . فقد كان يعتقد أن وسائل الإعلام قادرة على تشكيل وتكوين الرأى العام وحمل الجماهير على تغيير رأيها إلى أى وجهة نظر تقريباً يرغب ناقل الخبر فى تقديمها . وقد توصل عالم سياسى أمريكى ــ حاول أن يحلل تحليلاً موضوعياً أثر الدعاية خلال فترة الحرب ودور وسائل الإعلام فى المجتمع الجماهيرى ــ إلى الاستنتاجات التالية :

وعندما تهيأت كافة الظروف المناسبة ، وتم بالكامل تجريد كافة التقييمات ، اتضحت الحقيقة التى تفيد بأن الدعاية هى إحدى الوسائل الأكثر قوة فى العالم الحديث . وقد وصلت هذه الدعاية إلى أوج فتراتها استجابة لمجموعة معقدة من الظروف المتغيرة التى

غيّرت طبيعة المجتمع . وتستطيع القبائل الصغيرة البدائية أن تربط بين أفرادها المختلفين وتحولهم إلى مجموعة محاربة واحدة من خلال قرع الطبول وإيقاع الرقص الصاخب . وخلال الطقوس العربيدة (طقوس سرية كانت تقام فى أعياد آلهة الإغريق والرومان وتتميز بالغناء النشوان والرقص العربيد) ضخمة العدد ، كان الشباب يتجهون إلى مواقع الحرب الملتهبة . . . وكان الشيوخ والشباب ، والرجال والنساء يتعلقون بشدة بالأهداف القبلية .

أما فى المجتمع الأكبر ، فإنه لم يعد بالإمكان صهر الأفراد المتمردين فى أتون رقصة الحرب ، بل يجب استخدام وسيلة جديدة وبديلة لدمج آلاف بل ملايين البشر فى كتلة جماهيرية منصهرة من الكراهية والإرادة والأمل ، ولابد من خلق حماس جديد ملتهب من آفة العصيان وتهذيب « الصلب » للتحمس للقتال . وقد كانت الدعاية هى المطرقة الجديدة وسندان الترابط الاجتماعى [٢٢] .

ولا تعد النظرية الأساسية للاتصال الجماهيرى ، التى فرضتها هذه الاستنتاجات ، لا تعد بسيطة تماماً كما قد يبدو للعيان . فالمؤكد أنها نظرية تعتمد على الاستجابة للمؤثرات المباشرة نسبياً ، ولكنها أيضاً نظرية تفترض صحة مجموعة معينة من الافتراضات غير الشفهية التى لا تتصل بالتنظيم الاجتماعى فحسب بل تمتد أيضاً لتشمل التركيب النفسى للكائن البشرى الذى يتعرض للمؤثرات ويستجيب للرسائل الموجهة إلى الجماهير . ومن المهم أن نفهم المدى الكامل لهذه الافتراضات الضمنية ، لأنه من خلال عمليات الإبدال والتعديل المنتظمة ظهرت النظريات الحديثة للاتصال الجماهيرى . وعندما أصبح بالإمكان الاطلاع على المفاهيم الجديدة المرتبطة بطبيعة الكائن البشرى المفرد وطبيعة المجتمع ، استخدمت هذه المفاهيم لتعديل النظرية الأساسية للاتصال الجماهيرى بإدخال مجموعة مختلفة من المتغيرات الناشئة فى طرفى المعادلة التى تربط بين المؤثر والاستجابة .

ولم تتشكل هذه المجموعة الأولى من المعتقدات الخاصة بطبيعة وقوة الاتصال الجماهيرى فى ذلك الوقت فعلاً فى عبارة ثابتة من جانب أى متخصص فى الاتصالات ، ولكن عندما استعيدت الأحداث الماضية وتم التأمل فيها حدث أن أطلق عليها اسم « نظرية القذيفة السحرية » . (كما أطلق عليها أيضاً أسماء أخرى مثيرة من بينها « نظرية الإبرة التحت الجلدية » ونظرية « سير نقل الحركة ») والفكرة الأساسية التى تقوم عليها هى أن الرسائل الإعلامية يتلقاها كل فرد من أفراد الجمهور بطريقة متشابهة ، وأن

الاستجابات الفورية والمباشرة تأتى نتيجة للتعرض لهذه المؤثرات .

وترى النظريات الحديثة الموضوعة فى وقتنا الحالى بشأن عملية الاتصال الجماهيرى (وهو ما سنناقشه فيما بعد) أن نظرية القذيفة السحرية وإن كانت قد تبدو ساذجة وبسيطة إلا أن هناك الكثير من النقاط الهامة فى افتراضاتها إلى جانب ما أوضحه الكاتبان كاتز ولازارشفيلد : « تقوم وسائل الإعلام ذات القوة المطلقة بإطلاق رسائلها من ناحية ، فتتلقاها الجماهير المنتشرة المنتظرة على الجانب الآخر » دون أن يكون هناك حائل بينهما [٢٣] . وقد كانت هناك افتراضات محددة للغاية تتعلق بما يدور بينهما فى إطار علم نفس الفرد (سيكولوجية الشخصية) وإن كانت هذه الافتراضات لم تتم صياغتها أو بيانها بشكل واضح فى ذلك الوقت ، إلا أنها استنبطت من النظريات الدقيقة نسبياً الخاصة بطبيعة الإنسان ، وأيضاً من طبيعة النظام الاجتماعى (الذى بحثناه من قبل) . وقد كانت هذه النظريات هى التى وجهت تفكير أولئك الذين رأوا أن وسائل الإعلام تحظى بالقوة والتأثير .

نظرية القذيفة السحرية كنتيجة طبيعية للمسلمات الضمنية

إذن ، ما هى الافتراضات النفسية التى نشأت أو اشتقت منها نظرية القذيفة السحرية ؟ الحقيقة هى أن تلك الافتراضات استنبطت من مجموعة من النماذج السيكولوجية التى ذكرناها فى الفصل الأول . فعلى سبيل المثال ، كانت سيكولوجية الغرائز فى أوجها خلال الحرب العالمية الأولى فى ظل تأثير داروين . وحتى نهاية العشرينيات ، لم تكن الحقائق الخاصة بإمكانية تعديل وتغيير الكائن البشرى قد بدأت تتضح بشكل يمكن إثباته باستخدام الاختبارات العقلية الجديدة وأساليب البحث الفنية الأخرى . ونتيجة لذلك ، فقد أدى مفهوم حكماء البشر ، الذى يتضح فى كتابات ويليام ماكدوجال ، ومعاصريه ، إلى خلق مشكلة خطيرة . فقبل ذلك الوقت كان يفترض أن سلوك فرد معين يحدده ـ إلى حد كبير ـ الآلية البيولوجية الموروثة والمعقدة والتى تتخلل بين المؤثرات والاستجابات . ونتيجة لذلك ، كان يعتقد أن الطبيعة الأساسية للكائن البشرى متشابهة تقريباً بين كائن بشرى وآخر . وتفيد هذه النظريات بأن الناس ورثوا تقريباً نفس المجموعة الكاملة الخاصة بالصفات (الآلية) البيولوجية الداخلية التى تزودهم بالدوافع

والطاقات اللازمة للاستجابة للمؤثرات المقترحة بطرق معينة . وقد تم استنباط الكثير من الجوانب من الطبيعة غير المنطقية أو العاطفية لهذه الصفات الموروثة (الآلية) وبخاصة من جانب واضعى نظريات منحنى التحليل النفسى . ولكن هذه الصفات كانت ، فى التحليل النهائى ، قوى موروثة (على سبيل المثال : اللبيدو) تلقاها كل فرد عند ميلاده بدرجات متساوية تقريباً . ولكن علم النفس الذى يدرس الفروق الفردية (الشخصية) لم يتقدم إلى النقطة التى يتطور عندها اهتمام الاخصائيين النفسيين الأكاديميين إلى الاستغراق فى البحث لتعليل هذه الفروق .

لقد كانت نظرية القذيفة السحرية ـ المبنية على آلية S-R للغرائز أو الإثارة ثم الانفراج (Suspense-Release) والاعتقاد بأن وسائل الإعلام ـ كانت تبدو وسائل قوية صحيحة تماماً خاصة فى ظل الرأى الذى يرى أن الطبيعة الأساسية متشابهة مع التأكيد على العمليات غير المنطقية إلى جانب الرأى الخاص بالنظام الاجتماعى : لقد كان يقال إن المؤثرات القوية كانت تقدم بشكل متشابه لأفراد الجماهير . وقد كانت هذه المؤثرات تمس الدوافع الداخلية والعواطف أو الجوانب الأخرى التى يحظى الفرد بقدرة محدودة على السيطرة عليها بشكل إرادى . وبسبب الطبيعة الموروثة عن هذه الآليات ، كان كل شخص يستجيب بشكل متشابه تقريباً . وفضلاً عن ذلك ، كانت هناك روابط اجتماعية قوية تمزق تأثير هذه الآليات لأن الفرد كان معزولاً نفسياً (سيكولوجياً) عن الروابط الاجتماعية القوية والرقابة الاجتماعية غير الرسمية . وقد كانت النتيجة هى أنه أمكن تغيير آراء أفراد الجماهير والتأثير عليهم من قبل المسئولين عن وسائل الإعلام ، وخصوصاً من خلال استخدام الإغراءات العاطفية .

وهكذا كانت نظرية القذيفة السحرية تقوم تماماً على النظريات العامة فى مجال علم النفس وعلم الاجتماع وفقاً لتطورهما حتى ذلك الوقت . وفضلاً عن ذلك كان هناك مثال واضح هو التأثير الهائل للدعاية خلال الحرب . ويبدو أن هذه الدعاية كانت تقدم الدليل الصحيح على أن وسائل الإعلام كانت قوية على نفس النحو الذى وصفها به لوزويل وصفاً دراميا عندما استنتج أنها كانت « المطرقة الجديدة وسندان الترابط الاجتماعى »[٢٤] . كما كانت هناك الحقائق التى لا تقبل الجدل على ما يبدو ، والناشئة عن إعلام جماهير ذلك الوقت بأن وسائل الإعلام قادرة على إقناع الناس بشراء السلع بكميات كبيرة وبشكل متنوع لم يكن يحلم به أحد حتى الآن . وقد جاء هذا الاعتقاد

إضافة إلى الإيمان بقوتها العظمى ، وأدى إلى العودة إلى تدعيم صحة نظرية القذيفة السحرية على ما يبدو[٢٥] .

ولاشك فى أن دعاية الحرب العالمية الأولى كانت فعّالة . ومع ذلك ، فإن هذا لا يعنى أن نظرية واحدة فقط يمكن أن تعلل هذه الآثار . فلو كان بحوزة باحثى اليوم نتائج البحث ، وتأملوا الاتصال الجماهيرى الذى تراكم منذ ذلك الوقت ، لكان من الممكن أن يختاروا تفسيرات مختلفة جداً لتعليل مشاركة شعب الولايات المتحدة الأمريكية فى الحرب بحماس ، ولفكروا فى سلسلة من المعتقدات غير الحقيقية بشأن العدو . وهكذا ، فإن وسائل الإعلام كانت تلعب دوراً فى تشكيل سلوك الناس ومعتقداتهم .

ولم تظل النظريات الخاصة بالطبيعة البشرية سكونية (ساكنة) من ناحية النظام الاجتماعى والتنظيم الشخصى . ففى الولايات المتحدة الأمريكية ، تدعمت بشدة أسس علم النفس وعلم الاجتماع ، فقد كانا آنذاك يبعدان بشكل مطرد عن سيطرة طرق تفكير الأصول الأوروبية . وقد أصبح هذان المجالات يهتمان بشدة بالبحث التجريبى . ونتيجة لذلك ، اضطرت نظرياتهم إلى خوض الاختبارات لبيان مدى صحتها وواقعيتها وقد كانت نتيجة ذلك التخلى عن كثير من الأفكار السابقة ، وتطور كثير من الأفكار الجديدة . وكان لابد أن تكون لهذه الاتجاهات النظرية الجديدة آثارها على أولئك الذين كانوا يحاولون فهم آثار الاتصال الجماهيرى . وكانت نظرية القذيفة السحرية قد بنيت على افتراضات لم يعد ينظر إليها على أنها نظريات يمكن الدفاع عنها عن طريق واضعى النظريات العامة ، ومن ثم كان لابد من أن يترك دارسو وسائل الإعلام هذه النظرية على مضض تقريباً . وفى خلال ذلك ، كان هناك القليل جداً الذى يمكن أن يحل محلها . ومع ذلك ، فإنه فى نفس اللحظة التى كان يتم خلالها ابتكار النماذج العامة الأحدث لوصف الطبيعة البشرية وطبيعة النظام الاجتماعى بشكل أكثر دقة ، كان مجال الاتصال الجماهيرى نفسه يكتسب قاعدة تجريبية . وفى أواخر العشرينيات وأوائل الثلاثينيات ، تطور الاهتمام بوسائل الإعلام بوصفها موضوعات البحث . وقد بدأوا يتحولون من مجرد التكهن بآثارها إلى الدراسات المنتظمة لأثر محتوى الاتصال على أنواع معينة من الناس . ونظراً لأن مجموعة متزايدة من أدوات البحث أصبحت متيسرة ، فإن أفكارهم عن الاتصال الجماهيرى كانت تختبر بدقة لمعرفة صحة هذه الاكتشافات تجريبياً . وهكذا بدأ مجال الاتصال الجماهيرى يكتسب عدداً متزايداً من البيانات التى أمكن أن يصاغ منها

بشكل استنباطى عدد من المفاهيم والافتراضات . وفى الفصل التالى ، سوف نوضح الأفكار الأكثر معاصرة عن وسائل الإعلام التى تركز تركيزاً أكبر على العوامل الاجتماعية والثقافية التى تحدد سير هذه العوامل ومدى قوتها .

الهوامش

1. Shearon A. Lowery and Melvin L. DeFleur, *Milestones in Mass Communication Research*, 2nd ed. (White Plains, N.Y.: Longman, 1988). See Chapter 1.
2. Auguste Comte, *The Positive Philosophy*, trans. Harriet Martineau (London: George Bell and Sons, 1915), 2:289. First published in France between 1830 and 1842.
3. Ibid., p. 292.
4. Ibid., p. 293.
5. Ibid.
6. Herbert Spencer, *The Principles of Sociology* (New York: D. Appleton, 1898), pp. 452–62. First published in England in 1876.
7. Ferdinand Tönnies, *Community and Society (Gemeinschaft und Gesellschaft)*, trans. and ed. Charles P. Loomis (East Lansing: Michigan State University Press, 1957), p. 47. First published in German in 1887.
8. Ibid., p. 65.
9. Emile Durkheim, *The Division of Labor in Society*, trans. George Simpson (New York: Free Press of Glencoe, 1964). First published in France in 1893.
10. Ibid., pp. 62–63.
11. Ibid., p. 129.
12. Ibid., p. 130.
13. Ibid., p. 131.
14. Ibid., p. 137.
15. Ibid., p. 206.
16. Ibid., p. 353.
17. Ibid., p. 361.
18. See, for example, the well-known treatment of the "mass" by Herbert Blumer, which is still regarded as the classic modern statement of the concept: Herbert Blumer, "Elementary Collective Behavior," in *New Outine of the principles of Sociology*, ed. Alfred McClung Lee (New York: Barnes and Noble, 1939), pp. 185–89.
19. Leonard Broom and Philip Selznick, *Sociology*, 2nd ed. (Evanston, Ill.: Row, Peterson, 1959), p. 38. The quotation within the passage is from Kimball Young, *Sociology* (New York: American Book, 1949), p. 24.
20. Tönnies, *Community and Society*, p. 47.
21. George Sylvester Viereck, *Spreading Germs of Hate* (New York: Horace Liveright, 1930), pp. 153–54.

22. Harold D. Lasswell, *Propaganda Technique in the World War* (New York: Alfred A. Knopf, 1927), pp. 220–21
23. Elihu Katz and Paul Lazarsfeld, *Personal Influence* (Glencoe, Ill.: Free Press 1954), p. 20.
24. Lasswell, *Propaganda Technique*, p. 221.
25. Katz and Lazarsfeld point out that those who feared the media as potentially insidious devices if controlled by evil men and those who hailed them as beneficial means to improve democracy were assuming a similar great degree of media power. See Katz and Lazarsfeld, *Personal Influence*, pp. 15–17.

الفصل ٧

نظريات التأثير الاختيارى

لقد أوضحنا فى الفصل السابق أن هناك حدثين وقعا فى أوائل القرن العشرين جعلا من الضرورى ، فى نهاية الأمر ، التخلى عن الفكرة التى تفيد بأن تعريض الفرد لوسائل الاتصال الجماهيرى (وسائل الإعلام) له آثار فورية ومتماثلة بل ومباشرة على الجمهور . وكان أولها بدء الأبحاث التجريبية الشاملة على عملية الاتصال الجماهيرى وآثارها . وقد كشفت النتائج المستخلصة من هذه الأبحاث ببطء عن صورة تتعارض مع نظرية المقذوف أو الطلقة السحرية . . أما الحدث الثانى ، فهو توصل علماء النفس وعلماء الاجتماع إلى استنتاجات جديدة هامة تتعلق بالأفراد والإسهامات الاجتماعية للكائنات البشرية . وقد نشأت هذه الاستنتاجات من إعادة النظر الجذرية للنظرية الأساسية الخاصة بكل من المصادر والسمات ذات الطبيعة البشرية . وقد كان لهذه الأفكار أو النماذج الجديدة مضامين واضحة تساعد على فهم آثار وسائل الاتصال ، وكانت كلها متعارضة تماماً مع النظريات الأساسية التى اشتقت منها نظرية القذيفة السحرية . هذان الحدثان جعلا من الضرورى إعادة صياغة الأفكار المتصلة بالأفراد والآثار الاجتماعية لوسائل الإعلام . وفى هذا الفصل ، سوف نلقى الضوء على هذه التغيرات فى مجال البحث والنظريات ، حتى نوضح كيف أدت هذه التغيرات إلى ظهور صياغات جديدة لآثار وسائل الإعلام .

لقد بدأت الدراسات التجريبية الخاصة بآثار وسائل الاتصال الجماهيرى (وسائل الإعـلام) فى خلال القرن العشرين مع الدراسات التى أجراها (باين فاند) ، وهو برنـامج شامل يستقصى أثر الأفلام السينمائية على الأطفال . وقد كانت هذه الأفلام وسيلة جديدة وفدت مع القرن الجديد وتزايد الإقبال عليها ، خصوصاً فى أعقاب الحرب العـالمية الأولى . وخـلال فترة قصيرة لا يمكن أن تصدق (أقل من عشرين سنة) ، تطورت الأفلام السينمائية من شىء جديد (بدعة جديدة) إلى أحد الأشكال الهامة التى تستخدم فى الترفيه عن الأسرة . وقد انتقلت من الصالونات والمسارح « النيكلية » nickelodeons البدائية حيث كانت تعرض فى البداية فى دور السينما المزخرفة والأنيقة حيث أصبحت وسيلة الترفيه المفضلة لأغلبية أفراد المجتمع . وفى أواسط العشرينيات ، كانت ملايين الأسر تشاهد هذه الأفلام كل أسبوع . وكان هناك نحو ٤٥ مليون طفل أقل من ١٤ سنة بين هؤلاء الجماهير . ويمكن أن ندرك أن الآباء كانوا مهتمين اهتماماً عميقاً بالآثار الضارة الكامنة فى مشاهدة هذه الأفلام .

وقـد كانت دراسات باين فاند تبحث آثار التعرض للأفلام السينمائية على أفكار وسلوك آلاف الأفراد . وقد كانت هذه الدراسات مثيرة للإعجاب فقد أجريت بعناية فائقة من جانب كبار خبراء البحث فى ذلك الوقت . . وقد لاقت نتائج هذه الدراسات اهتماماً جماهيرياً كبيراً ، وأدت فعلاً إلى إحداث انزعاج ملحوظ . لقد بدا أنها تؤيد الفكرة التى تفيد بأن الأفـلام تؤثر على الجماهير تأثيراً شديداً [١] . فى البداية ، كان يبدو أن الأفلام السينمائية لها فعلاً تأثيرات مباشرة وفورية وواسعة على الأطفال الذين شاهدوها . ومع ذلك ، لم تتوقف هذه الاستنتاجات لأن وسائل أخرى وجماهير أخرى شاركت فى عملية البحث . وبصفة عامة ، عندما تزايدت دقة الأبحاث وتراكمت كمية كبيرة من الاستنتاجات ، أصبح من الواضح بشكل مطرد أن مفهوم القذيفة السحرية لا يتعارض مع هذه الحقائق .

ونظراً لأن حدود صياغة القذيفة السحرية أصبحت مفهومة بشكل أفضل ، فقد أصبـح من الواضح أن النظريات الجديدة الخاصة بوسائل الاتصال الجماهيرى كانت مطلوبة لتوجيه البحث بطريقة أكثر واقعية . وكما حدث بالنسبة للنظريات السابقة ، اشتقت المفاهيم الجديدة من الأفكار الأساسية التى تكونت فى مجالى علم النفس وعلم الاجتماع . وقد كان هذان المجالان يسعيان سعياً نشيطاً لفهم طبيعة الإنسان من المنظور

الشخصى من جهة ، ومن المنظور الجماعى أو التفاعلى من الجهة الأخرى . وقد كان الهدف من ذلك هو السلوك الفردى والجماعى من كل جوانبه بما فى ذلك السلوك الناشىء عن التعرض لوسائل الإعلام .

ومن هذه الأفكار النفسية والاجتماعية الأساسية الناشئة ، نشأت التفسيرات الجديدة لآثار وسائل الإعلام . ولهذا السبب تعتبر المراجعة المختصرة والموجزة للتطورات النظرية فى هذين العلمين الاجتماعيين ضرورية لفهم أسباب إعادة صياغة الأفكار المتعلقة بطبيعة وسائل الاتصال الجماهيرى وآثارها والأسباب التى دفعت إلى تفرع هذه الأفكار وتشعبها فى اتجاهات معينة .

ويمكن أن نقدم بعض التحذيرات أو الاحتياطات عند تفسير هذا التاريخ الفكرى . فبينما تبدو النتائج السابقة الخاصة بتطور النظريات الأساسية واشتقاق أفكار تتعلق بوسائل الإعلام الجماهيرى واضحة ومنطقية جداً ، لم يكن الترابط بينها ـ فى ذلك الوقت ـ منظماً كما يبدو ذلك واضحاً الآن . فخلال السنوات الأولى من ظهور الأبحاث الخاصة بوسائل الإعلام (قبل الحرب العالمية الثانية) ، لم يكن يوجد مجال موحد أكاديمياً يسمى « الاتصال الجماهيرى » أو « الإعلام » على نفس النحو الذى كان عليه ذلك العلم الذى يسمى « التاريخ » أو « علم الاجتماع » أو « علم النفس » أو علم دراسة تاريخ الإنسان « الأنثروبولوجى » وهكذا . وقد جرت العادة أن يكون الباحثون الذين يدرسون وسائل الإعلام من باحثى العلوم الاجتماعية الأساسية أو من أصحاب الخلفية الأكاديمية الذين كانوا يستخدمون سلوك جماهير وسائل الإعلام كمجال مناسب لدراسة واختبار المفاهيم والافتراضات والنظريات التى جاءت فعلاً من هذه المفاهيم الخاصة . فعلى سبيل المثال ، استطاع المعلم فى إطار الاتصالات الجماهيرية أن يدرس كيف يتلقى الأطفال دروسهم من الأفلام السينمائية . وقد استطاع العالم السياسى أن يستقصى دور الصحيفة فى التصويت المؤثر . أما العالم النفسى ، فقد استطاع أن يدرس تغير الاتجاه أو الموقف الذى أحدثه التعرض للإذاعة ، وتمكن عالم الاجتماع من أن يحلل جنوح الشباب نتيجة لتأثره بوسائل الإعلام . وبمجرد انتهاء البحث ، كان هؤلاء المتخصصون يعودون إلى مجالات عملهم لمواصلة بحثهم دون أن يحاولوا تفسير مضامين اكتشافاتهم لتفسير سلوك وسائل الإعلام فى حد ذاته .

وبالرغم من الخلفيات المتنوعة للباحثين السابقين والطبيعة غير المنسقة لأبحاثهم ، إلا أن المعرفة قد تراكمت بالفعل ، فقد تم التوصل إلى عديد من المفاهيم والافتراضات والتعميمات الخاصة بعملية الاتصال الجماهيرى وآثاره من خلال عدد متزايد من الدراسات . وفى الوقت ذاته ، كان هيكل المجال الناتج ـ أو بمعنى أدق عدم وجود هيكل ـ بلا أساس حقيقى يجمع هذه المفاهيم معاً ويدعمها ويركب منها الصيغ بحيث يمكن تسميتها بأنها « نظريات الاتصال الجماهيرى » أو نظريات الإعلام .

إذن ، كان تطور النظريات فى السنوات الأولى غير منسق بل ومشوشاً أيضاً إذ أنه لم يسر على النموذج الدقيق والمنظّم لكل ما توصل إليه السابقون . وهكذا ، كان عدد من النظريات ـ التى كانت تشير فى هذا الإطار إلى « القذيفة السحرية » و« التأثير الاختيارى » و« الفروق الفردية » و« الاختلاف الاجتماعى » فضلاً عن النظريات الأخرى التى سنشير إليها فيما بعد ـ كانت ، فى معظم الحالات ، عبارة عن مجموعة من الابتكارات التى ترجع إلى الماضى ، فقد كان بعض تلك المسميات على الأقل غير موجودة فى الأبحاث الأولى فى ذلك الوقت . وقد تم تجميعها معاً وتركيبها ، وتنظيمها وتسميتها بعد ذلك خصوصاً من جانب المؤلفين الحاليين . . ولكن ذلك تم أيضاً من جانب عدد آخر ، غيرهم ، لكى يجعلوا من السهل فهم ما كان يفعله الباحثون السابقون . ولم يكن من غير المألوف تماماً للباحثين التالين أن يسعوا إلى تنظيم إسهامات الباحثين السابقين وتصنيفها بطرق جديدة وتحت مسميات جديدة . ففى مجال الفلسفة ، على سبيل المثال ، يُصنف الآن عدد كبير من الباحثين على أنهم العقلانيين والتجريبيين (أنصار التجربة والملاحظة) والبراجماتيين أو العمليين وهكذا . . . وفى ذلك الوقت ، كانوا ينشرون أفكارهم ، ولم تكن تلك التصنيفات موجودة ، ولكن استخدام المسميات فى هذه الأيام يسهل معرفة الطريقة التى تطورت بها الفلسفة ويساعد على فهم إسهامات هؤلاء الأفراد الكثيرين . وهكذا ، مكّن ذلك من تطوير نظرية الاتصال .

ورغم الطبيعة غير المنظمة لأبحاث الاتصال الجماهيرى فى السنوات السابقة إلا أن هذه الأبحاث ساعدت بالتدريج على تراكم مجموعة من المعلومات المترابطة حول وسائل الإعلام وآثارها ، كما ساعدت على خلق اتفاق جماعى متزايد حول كيفية وجوب

دراستها . . . وفضلاً عن هذه المعلومات « المتراكمة » نشأ علم يسمى علم « الاتصال الجماهيرى » أخيراً ـ بعد عقود من قيام الكليات وأقسام الدراسات العليا المتخصصة فى الإعلام بتقديم برامج منظمة للحصول على شهادة فى الدراسات الخاصة بالإعلام . وقد دخل هذا العلم حيز التنفيذ عندما بدأت هذه المؤسسات فى تدريب المتخصصين فى درجة الدكتوراه على البحث العلمى الخاص بوسائل الإعلام . وقد كانت هذه المحاولات متأخرة نسبياً (بعد الحرب العالمية الثانية) . ومازال الجدل الخاص فيما إذا كانت دراسة الإعلام يمكن اعتبارها علماً أو مجرد مجال منظم تنظيماً غير مترابط للاهتمامات المنظمة ، مازال هذا الجدل محتدماً ، وإن كان هذا الموضوع ليس حساساً إذ أن هناك أسساً تساعدنا على استنتاج أن هناك جانبين : هناك هيئة مركزية للباحثين الذين يكرسون أنفسهم تماماً لدراسة وسائل الاتصال ، أما المجموعة الأخرى فتشكل ـ إلى جانب وحداتهم الأكاديمية ومجتمعاتهم المهنية ، وسجلاتهم الفنية ـ شيئاً أشبه إلى حد كبير بالنظام الذى يطور بشكل منتظم المعرفة الخاصة بعملية الاتصال الجماهيرى وآثارها . ومع ذلك ، هناك عدد كبير من علماء الاجتماع ومدرسى علم الصحافة والمتخصصين فى الإعلام ، والآخرين الذين يسهمون من وقت لآخر فى هذه المعرفة المتراكمة ، تظل اهتماماتهم الأساسية مرتبطة بعلومهم الأصلية .

وبصفة عامة ، نستطيع أن نعيد النظر فى تطور نظريات الاتصال الجماهيرى وفقاً للاحتياطات المذكورة آنفاً مع معرفة أن كثيراً من الأسماء التى نطبقها على مفاهيم الماضى لم تكن شائعة فى ذلك الوقت ، وأنها لم تتم صياغتها بدقة فى خلال تلك الفترة كما نحاول أن نبديها اليوم . وسوف نلقى نظرة على مجموعة من التفسيرات المتعلقة بعملية الاتصال الجماهيرى والتى يمكن أن نسميها ـ إذا ما جمعناها معاً ـ « نظريات التأثير الاختيارى » . وهى تتكون من ثلاث صيغ متميزة ومتصلة نشأت من تعرف علماء الاجتماع المطرد على نماذج سلوك الأفراد والمجموعات . وعندما استخدمت هذه النماذج لمساعدتنا على فهم كيفية اهتمام الناس وتأثرهم بوسائل الإعلام ، تم تسميتها « نظرية الفروق الفردية » ، نظرية الاختلاف الاجتماعى ونظرية العلاقات الاجتماعية . وتقوم كل تسمية ـ كما سيتضح ـ على فروض أساسية تتعلق بسلوك الإنسان المتطور فى هذا القرن نتيجة للعلوم الاجتماعية الأساسية .

نظرية الفروق الفردية

لقد مرّ علم النفس بتحول كبير نوعاً فى نهاية القرن [٢] . فقد كان علم النفس يستمد فى البداية جذوره من الفلسفة [٣] . ولكن ، بمرور القرن التاسع عشر ، بدأ هذا العلم يتميز بسمتين أساسيتين كان ولابد أن يؤثرا بشدة على تطوره فيما بعد . وقد كانت هاتان السمتان ترتبطان بالأساس النفسى للسلوك والتمسك باستخدام الطريقة التجريبية على أنها الوسيلة المشروعة لجمع المعرفة الصحيحة . وقد أصبحت هذه السمات بنوداً راسخة من الإيمان السائد فى هذا الفرع من فروع المعرفة .

وفى بدايات القرن العشرين ، بدأت المناقشات الواسعة « الطبيعة ضد الطبيعة » ، وبدأت هذه المناقشات تركز على مسألة مصادر التغير أو التفرد uniqueness فى الشخصية (الإنسانية) . ونظراً لأن علماء النفس بدأوا الدراسات الخاصة بتعلم البشر والدوافع (المؤثرات) ، أصبح من الواضح بشكل مطرد أن الناس كلهم كانوا مختلفين فى بنيتهم النفسية . وقد وجد أن شخصية كل كائن حى مختلفة مثل بصمات الأصابع ، فمع أنهم يشتركون جميعاً فى أنماط السلوك الخاصة بثقافتهم ، إلا أن كل فرد له بنية (تركيبة) إدراكية مختلفة من حيث الاحتياجات والعادات الإدراكية والمعتقدات والقيم والاتجاهات والمهارات وهكذا . . ولهذا أصبحت ـ فى النهاية ـ دراسة الفروق الفردية بين هذه العوامل ، وتوزيعها على الشعب ، بؤرة هامة لتركيز الأبحاث النفسية .

التعلم فى مواجهة الصفات الموروثة . . كمصدر للفروق الفردية

كان السؤال الحساس المتعلق بأساس طبيعتنا البشرية على النحو التالى : هل نرث تركيبتنا الإدراكية الفردية كجزء من تركيبتنا الموروثة ، ام أن الأمر يكون على نحو ما نكتسبه كنتيجة العيش فى بيئة اجتماعية ؟ وحول هذه القضية بالذات ، دارت المناقشات : هل إدراكنا متأثر بعوامل وراثية أم هو متأثر بعوامل بيئية ؟ أو أنه متأثر بما يسمى بالبيئة الوراثية ؟

لقد كان عدد من علماء النفس الأوائل علماء اجتماع بالفعل ، وكان هؤلاء العلماء يبحثون طرق تأثر السلوك الإنسانى بالتركيبة الجسدية للفرد . وبعد عام ١٨٦٠ ، تأثر

هذا التيار الجديد كثيراً بنظرية « داروين » عن النشوء والارتقاء فى الجزء المتعلق منها بالعلاقة بين العوامل البيولوجية والتكيف مع البيئة . وبسرعة ، تبنى علماء النفس فكرة أن الكائنات البشرية ليست مخلوقات متميزة تماماً ، كما كان يدعى المفكرون الدينيون ، ولكنهم نوع من فصائل حيوانية فى آخر حلقة من حلقات التطور ، كما قال داروين فى نظريته . ومن ثم ، فإنه من الضرورى ، لفهم الكائنات البشرية ، دراسة السلوك الحيوانى بشكل عام . وهكذا ، وفى محاولة لاستنباط أسس السلوك التى تنطبق على كافة الكائنات الحية بما فيها الجنس البشرى ، تحول علماء النفس ، وبحماس ، لدراسة الحيوانات . وكان رأيهم أن سلوك الكائنات الحية إنما هو نتاج لقدرات واتجاهات ونماذج موروثة انحدرت حتى الجيل الحالى من خلال عملية نشوء وتطور طويلة . وعلم النفس المقارن يتضمن كذلك ويثبت أن السلوك تكمن جذوره فى التركيب الفسيولوجى وأن الناس من الناحية العصبية مبرمجون سلفاً للتصرف بطرق محددة بفعل عوامل التكيف التى حددت طبيعتهم من خلال عملية الانتخاب الطبيعى .

ولهذه الأسباب كانت الغريزة واحدة من أكثر الأفكار شيوعاً فى ذلك الوقت واستخدمت فى تفسير كافة أنواع السلوك الإنسانى والحيوانى على حد سواء . وبدا أن التعميم القائل بأن السلوك محكوم ومقرر بفعل الغريزة يتلاءم مع عمليات ملاحظة سلوك قطاع كبير من أنواع المملكة الحيوانية . ولأن الكائن البشرى يشبه تماماً الحيوان ، فقد افترض العلماء أن هذا التفسير ينطبق أيضاً على أنماط السلوك البشرى . وبعبارة أخرى ، بدا أنه يتماشى مع المنطق القائل بأن الأسس التى تفسر الاختيارات والتصرفات البشرية توجد داخل الإطار البيولوجى المكتسب .

وعلى الجانب المقابل فى هذا الجدل ، كان يقف أولئك الذين أصروا على أن المخلوقات البشرية تكتسب شخصياتها وقدراتها الفردية من خلال خبراتها فى البيئة التى تعيش فيها . وقد أشاروا إلى الطبيعة النمطية للمنظومة الاجتماعية البشرية وتعقد الثقافة الإنسانية التى كان يصفها علماء الأنثروبولوجيا ، وأشاروا أيضاً إلى أن الكائنات البشرية تكتسب شخصيتها الاجتماعية وثقافتها فى مناخ معين يتعلم فيه الصغار عاداتهم ويكتسبون فيه ميولهم ومهاراتهم وشخصيتهم المتفردة وهذا هو الجانب البيئى فى المناقشات .

وفى بعض النواحى ، لم يتم التوصل إلى حلول حاسمة ، فبعض المجالات مثل

الأنثروبولوجيا الاجتماعية مازالت تحاول الربط بين السلوك الإنسانى والميول الموروثة التى يفترض أنها بقيت حية منذ العصور السحيقة فى التاريخ الإنسانى . والواقع أن أموراً مثل الاختلافات المزاجية بين الذكور والإناث وقواعدها التقليدية يقال إنها مستمدة من أساليب نشأت فيها الكائنات البشرية فى ظل ثقافات مجتمع الصيد ، وذلك قبل التاريخ الإنسانى المكتوب وحتى القرون القريبة نسبياً . وفى هذا السياق ، يقال إن للذكور ميولاً موروثة لتولى أدوار البحث عن الرزق ، وأن يكونوا الأعضاء المهيمنين فى المنزل وحيث يقال إن النساء يملن نحو تربية الأطفال والمهام المنزلية والأدوار الثانوية فى الأسرة . والذين يقفون فى الجانب المعارض لهذا الجدل يستمرون اليوم فى القول بأن مثل هذه الأدوار والأمزجة إنما هى نتاج تفرقة اجتماعية بين الذكور والإناث فى المؤسسات البيئية الرسمية والاجتماعية والثقافية .

وفى أعقاب نهاية القرن الماضى أو فى بداية هذا القرن ، ازدهر علم النفس بسرعة فى كل من الحجم والمكانة وأشعلت نظريات فرويد المدهشة النار فى عالم الفكر وأعطت هذا الميدان مجالاً عظيماً للرؤية . وقد لاقت الدراسات الخاصة بالإدارة العلمية والتى أجراها أوائل المتخصصين فى علم النفس الصناعى ، إعجاب الأمريكيين من ذوى العقول العملية . وقد كان يبدو أن حركة اختبارات الذكاء ، التى بدأت على نطاق واسع بين مئات الآلاف من المجندين فى الأسطول ممن تم تجنيدهم خلال الحرب العالمية الأولى ، تؤكد مجدداً أن علم النفس هو أحد مجالات الدراسة الهامة التى يمكنها المساعدة فى حل كثير من المشكلات العملية .

ومع ذلك ، لم يكن من المفترض أن يظل علماء النفس ملتزمين بالفكرة التى تقول إن الطبيعة هى مصدر الحصول على كل السمات البشرية . ومع بداية هذا القرن ، ظهرت بداية فرع جديد من فروع علم النفس . وكان من المفترض أن يحتفظ بالتركيز على الحيوانات والالتزام بالاستراتيجية التجريبية ، ومع ذلك ، كان الهدف الرئيسى هو فهم كيف يتشكل سلوك الأفراد من خلال البيئة الاجتماعية نتيجة لعملية التعلم . وقد حاول هؤلاء المتخصصون فى هذا الفرع الجديد من علم النفس اكتشاف كيف تترك الخبرات والتجارب التعليمية المكتسبة من البيئة الاجتماعية تأثيرات مستمرة على الفرد . وقد تركزت اهتماماتهم بصفة خاصة على كيفية تشكيل البنية الإدراكية (النظام السيكولوجى الداخلى الذى يكتسبه الفرد) وأنواع الاستجابات

التى تصدر عن الشخص تجاه بيئته الخارجية .

وقد أصبحت « سيكولوجية التعلم » ، فى النهاية ، ذات أهمية أساسية لدارسى آثار وسائل الاتصال الجماهيرى . وقد كانت وسائل الإعلام وسيلة تم من خلالها نقل الأفكار إلى عدد هائل من الناس الذين صاروا جمهوراً لها . وكان يبدو من الواضح أن هذه الأفكار سوف تحدث مجموعة من التغيرات فى التركيب السيكولوجى (البنية الإدراكية) لهؤلاء المتلقين للرسائل الإعلامية . ومن المحتمل أن هذا التعليم قد غير بدوره سلوك هؤلاء الجماهير .

تطور نظرية التعلم . ترجع محاولة التخمين حول القدرات العقلية للبشر إلى أيام فلاسفة الإغريق . وبحلول القرن السابع عشر (١٦٠٠ وما بعدها) ، أمكن التوصل إلى اهتمام محدد بعملية التعلم (عن طريق الارتباط) ، وذلك عندما وجدت نظرية التعلم تعبيراً عنها فى كتابات جون لوكيه ، وديفيد هيوم ، وفلاسفة آخرين فى بريطانيا . ولكن التجارب الفعلية حول ذاكرة الإنسان لم تبدأ إلا فى عام ١٨٨٠ وما بعدها . ولقد قام عالم النفس الألمانى هيرمان إبنجهاوز بإجراء تجارب واسعة على نفسه كشخص يتعلم ويحاول أن يتذكر « مقاطع صوتية سخيفة لبعض الكلمات »[٤] . وأثبت إبنجهاوز تأثير عملية التعلم على متغيرات مستقلة مثل طول المادة المستخدمة ، وعدد مرات التكرار عند تقديمها لشخص محل التجربة . وعند دراسة كيف تتأثر الذاكرة وتتوقف عن العمل ، توصل العالم الألمانى إلى ما أسماه « منحنى النسيان » المشهور ، الذى يثبت العلاقة بين الزمن وبين دقة التذكر . وكانت هذه الدراسات المبكرة تعتبر شيئاً جديداً ودقيقاً ، ولكن استخدام الإنسان فى هذه التجارب كانت له حدود تؤثر فى التجربة . فقد كان من الصعب الحصول على أشخاص راغبين فى إجراء التجارب عليهم . كما أن السيطرة عليهم فى ظل ظروف خارج الموضوع كانت أمراً صعباً . كما أن الإنسان لا يمكن إخضاعه إلا لمدى محدود من ظروف التجربة .

وأمكن التوصل إلى طريقة لدراسة التعلم وذلك بالتركيز على الحيوانات . وهكذا ، أمكن تجنب الأخطار السابقة فى التجارب على الإنسان . ولقد لاحظنا أن الاقتناع قد تزايد فى علم النفس المقارن بأن العمليات التى تتصف بها الحيوانات يمكن أيضاً وجودها فى الإنسان وبالعكس . وفى العشر سنوات الأولى من القرن العشرين

(١٩٠٠ - ١٩١٠) جذب مفهوم التعلم العقلانى الوراثى أنظار علماء النفس لدراسة التعلم عند الحيوانات كطريقة لاكتشاف المبادىء الأساسية والشائعة فى عملية التعلم . ومثلما نستخدم الحيوانات فى التجارب الطبية التى تؤدى إلى نتائج يمكن تطبيقها على الإنسان ، فقد بدا لعلماء علم النفس المقارن أن دراسة التعلم عند الحيوان قد تعطينا المفتاح لمعرفة كيف يحصل الإنسان على أشكال جديدة للسلوك عن طريق التعلم . وقد كانت الحيوانات متوافرة ، كما أنها لم تكن تقدم ظروفاً غير جوهرية لا علاقة لها بموضوع البحث (مثل اللغة) قد تربك البحث . كما أن الحيوانات يمكن استخدامها فى تجارب تجرى فى ظروف قد تكون مستحيلة بالنسبة للإنسان .

وقبل نهاية القرن ، قام إدوارد ل. ثورندايك (وكان فى ذلك الوقت طالباً بالدراسات العليا) بإجراء تجارب ذكية على القطط لمعرفة كيف تهرب من صندوق الألغاز حتى تحصل على الطعام كجائزة لنجاحها فى اجتياز العقبات فى الصندوق [٥] . وقد وجد ثورندايك أن القطط تتعلم بسرعة أكبر إذا كانت الجوائز سريعة ومؤكدة . وفى تجارب بطريقة « التجربة والخطأ » المشهورة ، درس ثورندايك سلوك صغار طيور الدجاج فى متاهات من كتب موضوعة بجوار بعضها ، واستطاع أن يرسم منحنيات التعلم ، وتوصل إلى نتائج هامة حول علاقة التعلم لما سماه العلماء فيما بعد « بالتدعيم » أى تقديم الجوائز للاستجابات الصحيحة .

هذه التجارب المختلفة أدت إلى أن يشكل ثورندايك قانونه المعروف باسم « قانون التأثير » . وهو تحوير للمبدأ القديم المعروف باسم « اللذة والألم » . وأدت نتائج ثورندايك إلى أن تصبح أساساً لنظرية بى . إف . سكينر فيما بعد ، ولنظريات أخرى أكثر تفصيلاً عن عملية تكيف الشخص موضوع التجربة ، ووقف الاستجابة ، وتشكيل السلوك عن طريق عمليات تدعيم دورية [٦] .

وفى نفس الوقت تقريباً ، وبعد نهاية القرن الماضى ، استطاع عالم الفسيولوجى الروسى إيفان بافلوف أن يحقق إنجازاً لا يصدق فى هذا الوقت بتجاربه على الحيوانات . فقد استطاع بافلوف أن يربط بين نموذج لسلوك الكلب الطبيعى (سيلان اللعاب) وبين منبه خارجى تماماً (الجرس أو اللمبة) [٧] . وقد بدا أنه لا يوجد كلب يسيل لعابه فى ظروف طبيعية عندما يستمع إلى دقة الجرس . ولكن بافلوف تمكن فى تجربته من الربط بين الاثنين (اللعاب والجرس) فى نموذج ثابت للسلوك . وكانت تجربة بافلوف إحدى

المرات النادرة التى حقق فيها العلم تقدماً كبيراً أدى إلى إعادة تشكيل التفكير تماماً ، وفى هذه الحالة عن أهمية العوامل الوراثية إزاء التعلم فى حياة الحيوانات المعقدة . وقد وضعت تجربة بافلوف الممتازة أسس تطوير نظريات عديدة لما سمى بعملية « التكييف الكلاسيكى » .

إن أهمية هذه التجارب الأولى أنها أثبتت كيف أن الحيوانات يمكنها عن طريق عملية التعلم أن تكتسب من البيئة المحيطة بها نماذج للسلوك لم تكن لتنتج بسهولة عن طريق عوامل الوراثة التى ولدوا بها . وإذا نظرنا إلى الوراء ، فقد يبدو ذلك فكرة واضحة ، ولكنها لم تكن كذلك بالمرة وقت إجراء بافلوف لتجربته المشهورة . لقد كان علماء النفس فى هذه الفترة مقتنعين بأن جميع الحيوانات ــ بما فى ذلك الإنسان ــ قد ورثت العوامل التى تقود سلوكها . وفجأة ، برز إلى الوجود أشكال عديدة من التكيف والتعلم مما أدى إلى إعادة النظر بقوة فى التفكير السائد حول سلوك الحيوان والإنسان معاً . وفى الولايات المتحدة بالذات ، قفزت تجارب دراسة التعلم عند الحيوان إلى مقدمة اهتمامات الباحثين . وساد اعتقاد بأن دراسة كيفية التعلم عند الحيوان تحت ظروف مختلفة ، قد تؤدى فى النهاية إلى توفير الوسائل لمعرفة وفهم عملية التعلم عند الإنسان .

وفى السنين التالية ، جرى تطوير عدد من النظريات المتنافسة حول التعلم . وتضمنت هذه النظريات عمليات التكييف الكلاسيكية ، والآلية ، ولكنها شملت أيضاً بدائل أخرى مثل التعلم اللفظى ، وعن طريق المعرفة ، والتعلم الاجتماعى عن طريق النماذج [٨] . وكان هدف هذه النظريات كلها أن تثبت كيف أن الكائنات الحية (ومن ضمنها الإنسان) يمكن تحويرها وتعديلها نفسياً عن طريق التجارب التى تصادفهم فى بيئتهم المحيطة بهم . وكان التغيير يحدث بطريقة يمكن معها إرساء نماذج ثابتة للتصرف وللسلوك تحت ظروف معينة .

ولكن ، حتى اليوم ، فإن مهمة فهم عملية التعلم عند الإنسان لم تنته بعد . ومازال هناك حوار ساخن حول صحة النظرية التى تقول بأن النظريات التى أمكن التوصل إليها عن التعلم ، وذلك عن طريق إجراء التجارب والأبحاث على حيوانات فى المعمل مثل الفيران والقطط والقردة ، يمكن أن تنطبق على الإنسان الذى يستخدم لغة التخاطب . والبعض يصر بأنها لا تسرى إطلاقاً على الإنسان . ورغم ذلك ، فإنه يبدو

أن لا مفر من الاعتراف بأن الإنسان لديه طاقة غير عادية للتعليم ، وأنه يفعل ذلك بعدة طرق مختلفة .

ومهما كانت المبادىء التى تحكم عملية التعلم ومدى صحتها بالنسبة للإنسان ، فإن هذا الاهتمام الكبير الذى ركز عليه العلماء ، أظهر لماذا يختلف الناس جميعاً فى تركيبتهم النفسية رغم أنهم يعيشون فى مجتمع واحد . وبالرغم من أن جميع البشر يرثون ميراثاً بيولوجياً يمدهم بإمكانيات مختلفة للتطور ، فإن طريقة سلوكهم يمكن تعديلها بطرق عديدة لا يمكن حصرها ، وذلك بسبب ما يتعلمونه من مجتمعهم وثقافتهم . وهكذا ، ولكى نفهم الناس ، يجب أن نفهم أن كل واحد منهم متميز عن الآخر سيكولوجياً (نفسياً) . فلا يوجد شخصان فى العالم مرا بتجربة واحدة فى عملية التعلم . ولهذا ، لا يوجد أيضاً اثنان فى العالم ينتهى بهما الأمر إلى أن يكون لكل منهما نفس النماذج الداخلية التى تعلمها عن طريق التكيف إزاء العالم حوله . ولهذا ، نستطيع أن نقول إن الخلافات الفردية (فى التركيب الخاص بالمعرفة) لها جذورها فى عملية التعلم نفسها .

تعلم الاستثارة . فضلاً عن التسليم بأهمية التعلم ، ظهر اهتمام جماعى بعملية الحث أو الاستثارة ، واكتسبت دراسة البواعث المحركة فى محيط الدراسات المعملية مكاناً بارزاً فى التجارب على الحيوان ، بالإضافة إلى التركيز على التعلم . وقد كان هذان المفهومان مرتبطين معاً ارتباطاً وثيقاً . وقدْ قُدِّم للحيوانات أنواع مختلفة من المتع أو المكافآت ، أو دفعت دفعاً إلى معاناة أنواع مختلفة من الحرمان أو الآلام ليروا هل تعلمت هذه الحيوانات بشكل أسرع أو أبطأ فى ظل هذه المؤثرات . وقد درست قائمة طويلة من العوامل المحفزة خلال التجارب على الحيوانات . وقد كان استخدام الأفراد فى كثير من الأبحاث أمراً بعيداً عن التفكير . . وبشكل متنوع ، تم تجويع الفئران والكلاب والقرود وأنواع من المخلوقات الأخرى ، وتعريضها للصدمات والحروق أو إتلاف المخ والافراط فى إشباعها أو حرمانها من الماء أو النوم أو الجنس أو المكان . وقد تمت معاملة هذه الحيوانات بطرق عديدة بحيث يمكن توافر مفاتيح التوصل إلى استثارتها أو عدم استثارتها لإحداث استجابات نوعية للمؤثرات . وقد كانت النتيجة النهائية هى إدراك أن الاحتياجات البيولوجية عند الحيوانات ، والإنسان أيضاً ، يمكن أن تصبح مؤثرات قوية . وقد يكون أهم استنتاج هو أن كثيراً من عمليات التأثير التى تدفع سلوك الإنسان

وتوجهه هى دوافع (مؤثرات) مكتسبة . وهذا يعنى أننا « نتعلم » الاحتياج إلى المواد المعينة والمواقف والتجارب التى تفاجئنا أو تحثنا على الارتباط بأنواع معينة من السلوك . وفى حين أن التأثيرات (المؤثرات) البيولوجية الموروثة (الجوع والعطش والرغبة الجنسية) قد تكون متشابهة نوعاً من شخص لآخر ، نجد أن المؤثرات المكتسبة أو « التعليمية » Learned تأتى نتيجة لخبراتنا وتجاربنا الاجتماعية . ونظراً لأن لكل فرد مجموعة متميزة من الخبرات التعليمية خلال تعايشه فى بيئته المتفردة ، فإن الدوافع التى يكتسبها الفرد توفر له عدداً كبيراً من الفروق الفردية . وقد أدى هذا الإدراك بمرور الوقت إلى ظهور طرق جديدة فى التفكير عند دراسة آثار وسائل الإعلام .

من الغرائز إلى الاتجاهات . إن لفظة « الغريزة » هى الصيغة الكلاسيكية المألوفة للقوة المؤثرة والتى يقوم عليها علم الأحياء . وقد ترسخ هذا المفهوم فى فسيولوجية علم النفس فى بداية هذا القرن . وقد كانت أفضل صيغة معروفة هى الصيغة التى وضعها ويليام ماكدوجال الذى طرح أكثر من ١٢ غريزة أساسية تدفع الإنسان وتحكم سلوكه بطرق معقدة [٩] . وقد أصبح هذا المفهوم مألوفاً أيضاً فى نظريات التحليل النفسى . وقد استغل فرويد الكثير من هذه الأفكار ، مثل غرائز الحياة والموت ، والدافع الفطرى للإشباع الجنسى الذى يجعل السلوك معقداً . ومع ذلك ، فإنه ، فى خلال القرن العشرين ، بدأ علماء علم النفس الاجتماعى ينظرون شذراً ــ وبشكل مطرد ــ إلى الفكرة التى تفيد بأن البشر يرثون أجهزة دوافع معقدة وشاملة . فقد كان الدليل المتزايد على قدرة الإنسان على التغير ، والتقدير المتواصل لأهمية الاختلاط الاجتماعى ، وعملية التثقيف والتعلم كأشكال تقوم بتشكيل الشخصية ، كانت تتعارض بالكامل مع فكرة الغريزة . وقد كانت النتيجة النهائية هى أنه ، مع نهاية عقد العشرينيات ، تخلى علماء علم النفس الاجتماعى عن مفهوم الغريزة ، وفقد هذا المفهوم مصداقيته عندهم بل انهار الدليل على ذلك . وفى كثير من المجتمعات ، كانت نماذج أو أفكار كل من ماكدوجال وفرويد المشار إليها آنفاً غير موجودة أو حتى معكوسة بسبب الطبيعة الثقافية . أما اليوم ، فإنه فى حين أن المفهوم يظل هاماً فى مجال فهم سلوك الحيوان ، نجد أن نظريات الغرائز البشرية مجرد شىء تاريخى .

ومع « موت » المفهوم الغريزى ، وجد علم النفس الاجتماعى نفسه فى فراغ بعد

تفريغ قدر من محتوياته أو مضمونه . وما نحتاج إليه هو المفهوم النظرى الذى يمكن التفكير فيه على أنه مفهوم تأثيرى motivational واسع النطاق إلى الحد الذى يجعله المحرك الأول لمجموعة من السلوك . وفضلاً عن ذلك ، كان ولابد أن يكون هذا المفهوم أحد نواتج التعلم .

إن المفهوم الذى ظهر ليشغل المركز الأوسط هو مفهوم « الاتجاه أو الموقف » attitude ، وقد جاء ليحتل المركز الأوسط الذى كان يشغله مفهوم الغريزة . وقد كان هذا المفهوم نموذجياً فى ذلك الوقت ، فقد ركز على الفروق بين تصرفات الكائنات البشرية المكتسبة فى خلال عملية التعلم وبين نقاط التشابه التى ترجع إلى التركيب البيولوجى . وفى نهاية القرن العشرين ، ازدادت أهمية هذا المفهوم بوصفه وسيلة لشرح الاتجاهات والمواقف المختلفة وشدة مشاعر تفضيلات الإنسان : الحب والكراهية ، القبول والرفض . وقد كان الاتجاه مفهوماً إدراكياً استطاعت كثير من العلوم المختلفة أن تستكمل أبحاثها ومفاهيمها وفقاً له .

وقد تم تقديم مفهوم « الاتجاه » أو الموقف على أنه آلة أو وسيلة منهجية للتحليل فى كتابات علماء الاجتماع أمثال ويليام توماس وفلوريان زانانيكى فى نهاية الحرب العالمية الأولى . وقد قام هؤلاء العلماء بتعريف « الاتجاه » أو الموقف على أنه « العملية الإدراكية عند الفرد التى تحدد نشاطه الحقيقى أو المحتمل فى عالمه الاجتماعى »[١٠] . وبعد فترة قصيرة من ذلك ، طرحت مئات من التعريفات المتشابهة . وقد احتفظ معظمهم بفكرة أن الاتجاهات والمواقف ما هى إلا نوع من « الاستعداد المسبق » predisposition المتعلم أو المكتسب ، وأن هذه الاتجاهات والمواقف تلعب دوراً قوياً فى تشكيل السلوك[١١] . وسرعان ما أصبح « الاتجاه » أو الموقف هو أكثر المفاهيم النظرية رسوخاً فى علم النفس ، وقد ظل معظم هذا المفهوم دون تغيير حتى يومنا هذا .

وفى خلال عقد العشرينيات الذى شهد اختراع عدة تقنيات متقنة ومعقدة رياضياً لقياس « الاتجاه » والموقف ، ظهر تعريف إضافى محدد لمعنى مفهوم « الاتجاه » عند علم النفس الاجتماعى . ومع توافر هذه التقنيات ، أصبح من المفترض أن يحقق البحث عن عوامل الارتباط ونتائج اتجاهات الناس ومواقفها نتائج متسقة فى مجموعها . وفى خلال عقد من الزمن ، أصبحت مئات ــ بل وحتى الآلاف ــ من المقالات والرسائل العلمية متاحة بشأن مفهوم « الاتجاه » أو الموقف لأنه كان محور تركيزهم الرئيسى .

وقد كانت هناك ثلاثة أسباب على الأقل للانتشار الكبير لهذا المفهوم . وكما سبق أن أوضحنا من قبل ، كانت هناك أنواع عديدة متاحة من المقاييس ، وكان من السهل توافرها إلى حد ما (رغم أنها كانت ولاتزال واحدة من أكثر الأدوات التى أسيء استخدامها بشكل شائع فى مجال علم الاجتماع) . وقد كانت هذه الأدوات نموذجية كوسائل للقياس فى عمليات المسح ، حيث كان من الممكن قيام أفراد البحث بملء الاستمارات . وعلى نفس القدر من الأهمية ، نشأت عن هذه العمليات بيانات رقمية أمدتهم على الفور بالتحليل الإحصائى الذى سرعان ما أصبح الأسلوب المقبول فى عملية الوصف العلمى ، وأساس اتخاذ القرارات المتصلة بفروض الاختبار . وأخيراً ، كان من السهل استخدام المفهوم فى التجارب من نوع « قبل / وبعد » ليعرف العلماء هل أحدثت تجربة طارئة تغيراً فى سلوك الأفراد أم لا . ونتيجة لهذا ، زادت إلى حد كبير التجارب الخاصة « بالاتجاه » وعمليات المسح التى أجريت خلال الثلاثينيات فى كل المجالات ، وكرست الجهود فى دراسة سلوك الفرد . ومن الطبيعى ، ألا تستثنى من ذلك دراسة وسائل الاتصال الجماهيرى .

وقد كان هناك جانبان آخران لمفهوم « الاتجاه » سرعان ما دفعا به إلى « بؤرة » دراسة آثار وسائل الاتصال الجماهيرى : الجانب الأول هو أنه قبيل نشوب الحرب العالمية الثانية ، ساد اعتقاد شديد بأن وسائل الاتصال تستطيع ــ بوصفها وسائل لنقل الرسائل الإعلامية المقنعة ــ أن تغير الاتجاهات أو المواقف . وفى ظل هذا المفهوم النفسى الديناميكى psychodynamic (ذو علاقة بالعمليات العقلية أو العاطفية الناشئة فى مرحلة الطفولة المبكرة وبأثرها فى السلوك والأوضاع العقلية) كان من المتوقع تنفيذ مشروعات بحث غزيرة وبرامج زمنية (نظراً لأن هذه العوامل الإدراكية تشكّل السلوك) . وعلى وجه الخصوص ، فإن دراسات فوائد الأفلام فى تدريب الجنود خلال الحرب ، وكذلك برنامج جامعة ييل Yale للبحوث الخاصة بالاتصال وتغيير الاتجاه أو الموقف ، قد ركزت تركيزاً مباشراً على التأثير ومضامين الرسائل والظروف المؤثرة الأخرى التى يمكن استخدامها لتحقيق هذه التغييرات [١٢] . أما الجانب الثانى لهذا المفهوم ، فهو أنه كان من المسلم به ــ دون جدال ــ أن الاتجاهات والسلوك ترتبطان معاً ارتباطاً قوياً ، فقد كانت الفكرة القائمة آنذاك هى أن الاتجاهات تشكل السلوك حسبما ورد فى التعريف الأول لهذا المفهوم . ومن ثم ، إذا استطاع الفرد أن يغير اتجاهات أفراد

الجماهير من خلال استخدام الرسائل المقنعة ، فإنه يستطيع تبعاً لذلك أحداث تغييرات أكيدة فى سلوكهم العلنى الصريح .

وهذا النوع من المفاهيم هو الذى جعل مفهوم « الاتجاه » يبدو شديد الأهمية فى مجال أبحاث الاتصال الجماهيرى الوليد . والآن ، وبعد مرحلة النضوج التام ، نرى أن الافتراضات أو المسلمات التى سادت الفترة من الثلاثينيات وحتى الستينيات كانت بلا أسانيد ، فالاتجاهات والسلوك العلنى نادراً ما يتفقان معاً بشكل متماثل . وتبين مجموعة أساسية من البحث ، بلا شك ، أنهما لا يرتبطان فى العادة [١٣] . ومع ذلك ، فإنه رغم هذا البحث المعارض ، مازال كثير من الباحثين فى مجال الاتصال يتشبثون بالافتراض بأن تغيير الاتجاه أو الموقف عن طريق التعرض للرسائل المقنعة يغير السلوك تبعاً لذلك .

وعلى أية حال ، كان دور الفروق الفردية فى تشكيل الاستجابات لوسائل الاتصال هو الموجه الأكبر فى الأبحاث الخاصة بوسائل الإعلام بدءاً من الفترة السابقة مباشرة للحرب العالمية الثانية وحتى بداية الستينيات ، فقد كانت الفكرة الأساسية هى أن الفروق الفردية فى البنية النفسية أو الإدراكية لأفراد الجمهور هى مفاتيح تشكيل اهتماماتهم بوسائل الإعلام وسلوكهم نحو القضايا والموضوعات التى تمت مناقشتها . وهكذا نرى أنه لا يوجد عيب أو خطأ بعينه فى تلك الفكرة ، وإن كان قصورها الأكبر يكمن فى أنها تعطى صورة غير كاملة عن العلاقة بين البشر ووسائل الاتصال الجماهيرى .

البيانات النفسية وتقسيم السوق

فى الوقت الذى ظهرت فيه أهمية الفروق الفردية فى فهم سلوك الذين يتلقون الرسالة ، فإنها ثبتت كذلك مع أولئك الذين يستفيدون من المادة الإعلامية بشكل عملى ، فالجماعات الضخمة ، والجماعات ذات النفوذ فى المجتمع ، كانت مسئولة عن إظهار نتائج متصلة بالإعلان ، والعلاقات العامة ، والأعمال الخيرية وانتخاب السياسيين وحملات إقناع الرأى العام .

وسواء أكان الهدف هو بيع مزيد من الحساء أو انتخاب مرشح أو حماية الغابات من الحرائق ، فإن كل هذه الجهود تشترك فى مشكلة واحدة هى : كيف يتسنى للمرء عند

استخدام وسائل الإعلام أن ينجح فى توصيل ما يريد أن يقوله فى رسالته الإعلامية ؟ إن إحدى الاستراتيجيات أو الوسائل تتضمن الحصول على مساحة أو وقت فى وسائل الإعلام لإذاعة ما يراد قوله سواء كانت مادة إعلانية تجارية أو نداءات على أساس « رسالة واحدة تناسب الكافة » أى رسالة عامة موجهة إلى كافة المشاهدين على أمل الوصول إلى أفضل النتائج . ولكن الفهم العميق للفروق الفردية الكبيرة بين البشر فى التركيبة الإدراكية ، تلك التى سلمت بها القواعد الأساسية لعلم النفس ، يشير إلى أن وجود استراتيجية مختلفة ربما تكون أكثر وقعاً وتأثيراً . ويعنى ذلك من الناحية المنطقية أن الرسالة الإقناعية يجب أن تتناسب جيداً مع مصالح واحتياجات وقيم ومعتقدات محددة . وهذا الأسلوب أو هذه الطريقة الجزئية أو العملية ، يمكن أن يكون نصيبها من النجاح وتحقيق الأهداف المرجوة أكبر من طريقة « رسالة واحدة تناسب الكافة » . ومن ثم ، فإنه قبل القيام بحملات للإقناع ، ينبغى التعرف على شخصيات أولئك الذين ستوجه إليهم هذه الحملات . ولضمان أن تحدث هذه الرسالة تأثيراً أكبر ، فإن النداءات والمناقشات والشعارات والوسائل الأخرى يجب أن تصاغ فى إطار يسمح بجذب انتباه هؤلاء بشكل يسمح بإحداث التأثير المطلوب .

وبهذا ، يتم وضع الإطار الأساسى لفكرة تقسيم السوق كمبدأ لفهم وتطور الاستراتيجية المطلوبة لترويج السلع ، والدعاية للسياسيين ، وتعديل السلوك الاجتماعى بين أكبر قدر من المتلقين للرسالة الإعلامية . وهذه الطريقة تؤكد بدورها على الحاجة لإجراء ما يسمى بأبحاث السوق بهدف تحديد نوعية أولئك الذين تروج بينهم سلعة ، أو تتم بواسطتهم دعاية لرجل سياسى أو بمعنى آخر تحديد دوافعهم ومصالحهم واتجاهاتهم وظروفهم النفسية . ومثل هذه الأنواع من الأبحاث « علم نفس الإقناع » تستخدم فى الإعلان ، وحملات العلاقات العامة ، والتسويق وتؤدى لاستخدام « الأسلوب المنهجى » (علم مناهج البحث) فى الاختبارات والقياسات النفسية فى أبحاث السوق . أما قياس المتغيرات النفسية ، مثل أوجه التفضيل والاختيار والاتجاهات والاحتياجات والقيم ، فقد أدى إلى التعرف على دوافع المستهلك أو ذلك الذى يملك الحق فى التصويت . وبهذه الطريقة ، فإن أسلوب الصيغة التجريبية التى استخدمها علماء النفس بصورة كبيرة فى دراساتهم عن وسائل تعليم الحيوان وعمليات القياس النفسى أثبتت أنها ذات فائدة كبيرة فى قياس المتغيرات الإدراكية ، ثم اعتمادها

واستخدامها فى قياس عوامل مثل تحديد السمات المميزة للمستهلك ، واختيار المرشحين ووسائل التمييز بين النداءات المختلفة وما شابه ذلك .

وهذا لا يعنى أن أحداً فى العالم لم يفكر فى مثل هذه الأفكار قبل عام ١٩٣٠ . فهناك البعض بالفعل قد فكر فى ذلك ولكنهم لم يتمكنوا من تقديم أعمالهم بشكل متكامل . فخبراء الإعلان ومديرو الحملات الإعلانية الذين اهتموا بمبدأ « تقسيم السوق » وبالحاجة الملحة لإجراء أبحاث مستمرة عن السوق ، فعلوا ذلك على نحو فردى دون ربط ما توصلوا إليه بشكل دائم مع النظريات الأساسية فى علم النفس . ومن ثم ، فإن خلاصة القول هى أن التقدم الكبير فى نظرية التعلم والدوافع فى علم النفس قد أعطت أساساً متيناً لمبدأ « تقسيم السوق » . وهذا بدوره أدى إلى استخدام واسع لأبحاث السوق فى دراسة العلاقة بين التركيبة السيكولوجية للفرد والتغيرات المطلوبة فى السلوك كما يرغب أولئك الذين يستخدمون وسائل الإعلام بغرض الإقناع « لأهداف إقناعية » .

وبرغم ما اتضح من أهمية نظرية الفروق الفردية فى سلوك الاتصال الجماهيرى ، إلا أن هذا ليس هو القول الفصل . فالاستفادة من علم الاجتماع خرجت بخط جديد من الفكر سيكون له تأثير عميق على المفاهيم الأساسية والمطبقة فى الأبحاث المتصلة بوسائل الإعلام . وهذا الخط المبنى على الدراسات التجريبية العملية للمجتمعات والجماعات الأخرى ذات الحجم الضخم ، لن ينظر إلى التركيبة النفسية للأفراد ، بل إلى التركيبة الاجتماعية للمجتمع الحضرى الصناعى الوليد .

نظرية الفروق الاجتماعية

بالتدريج ، ثارت بين علماء الاجتماع فى القرن الماضى افتراضات مؤداها أن الناس فى المجتمعات الحديثة متماثلون ومتشابهون وتعوزهم الروابط الاجتماعية ، الأمر الذى يقضى بوجوب تغيير هذه الأنماط . ولكن الأبحاث المسلمة بأساليب البحث الاجتماعى المتميزة والدراسات الميدانية المتقدمة ، كشفت ببطء عن صورة مختلفة ، فلقد أصبح واضحاً أن الناس فى المجتمعات الصناعية الحديثة ليسوا قوالب واحدة وأنهم ليسوا

متشابهين ، بل إنه بالإمكان ترتيبهم فى تصنيفات اجتماعية محددة على الرغم من اشتراكهم فى بعض الملامح مثل الطبقة الاجتماعية والدين والهوية العنصرية أو الطائفية ومكان الإقامة فى الريف أو فى المدينة . . . إلخ . ولكن دراسة هذه التصنيفات كشفت أن الإنسان فى أية جماعة محددة مثل الطبقة الوسطى والفلاحين والكاثوليك الأمريكان أو الإيطاليين يتشابهون فى نواحٍ عدة ذات تأثير كبير على سلوكهم ، وأن هذا التشابه له أهمية كبرى على البحث العلمى فى مجال الاتصال الجماهيرى الحديث .

لقد دخل علم الاجتماع فى القرن العشرين بميراث غنى من الصيغ النظرية الواسعة الخاصة بطبيعة المجتمع الحديث وبميراث محدود من وسائل البحث الميدانى التجريبى . وكما رأينا فى الفصل السادس ، فإن جانباً كبيراً من الاستنتاجات النظرية التى توصل إليها علماء مثل كونت وسبنسر وتونيز ودوركهايم كانت أساس العمل الذى أدى إلى خلق نوع جديد من العلاقة الموضوعية بين الناس فى النظام الاجتماعى الجديد . وفى المجتمعات الزراعية ، لاحظوا أن هناك روابط قوية بين الناس قائمة على أسس معينة مثل الروابط الأسرية وتقديس الصداقة والولاءات التقليدية والإقامة الطويلة على رقعة محددة ، كما لاحظوا أن هذا النوع من الروابط يربط الناس بشدة . وعلى العكس من ذلك ، فإنه فى المجتمعات الصناعية الجديدة توارت هذه الروابط التقليدية وحلت محلها علاقات أقل ارتباطاً وشخصية . ومع ذلك ، فإن هذه الروابط تمكنت ، بكفاءة ، من الحفاظ على النسيج الاجتماعى للمجتمع . والأمثلة على ذلك هى العلاقات المركبة التى تدعمها سلطة الدولة أو فكرة الاعتماد الوظيفى المتبادل (مثل الاتصال الوثيق بين الفلاحين الذين ينتجون الطعام وعمال المصانع الذين يستهلكون هذا الطعام ، وفى المقابل يمدون الفلاحين ، بالأموال التى يستطيعون بها أن يشتروا المنتجات التى ينتجها عمال الصناعة) . وهكذا ، فإن تنظيم المجتمع كان يمر بتغييرات أساسية مختلفة .

أهمية التغير الاجتماعى

كانت هذه العلاقات الجديدة نتاج تغييرات اجتماعية معينة كانت بدورها تحدث فى ظل تسارع مسيرة التصنيع . ولقد كان من الصعب تحديدها ، ولكن الصورة التى انبثقت ركزت على عدة أشكال هامة للتغيير أضافت إلى تعقد المجتمع . وهذه الأشكال هى

التحضر أو التمــدن ، والتحـديث ، والهجـرة ، والتـوسـع فى التخصص ، وتقسيم العمل ، وزيادة تقسيم المجتمع إلى طبقات ، وازدياد حركة التنقل بين الجماعات .

التحضر أو التمدن : هو النمو فى المدن والمناطق الحضرية الذى كان نتيجة حتمية للتصنيع . وقد كان اتجاهاً مستمراً بدأ فى الازدياد مع نهاية القرن السابع عشر واستمر كذلك حتى وقتنا الحالى . وقد أدى إلى توطين أناس مختلفين فى مراكز حضرية حيث جاءوا للحصول على وظائف فى المصانع الجديدة والصناعات الخدمية التى استوعبتهم . وبالتدريج ، أدى هذا الاتجاه إلى جعل أهل الحضر يعيشون نموذج الحياة الذى تعيشه المجتمعات الصناعية .

التحديث : جاء مع استمرار عملية التصنيع والتحضر ونتاج النظام الصناعى . لكن توطين الناس فى المدن والمناطق الحضرية لم يؤد فقط إلى ظهور تكنولوجيا جديدة ، بل إلى ظهور بدائل جديدة فى نواحى الحياة الإنسانية الأساسية ، ورويداً رويداً أصبح عنصر الوقت يحكم الناس وجعلهم يتخلون عن أساليبهم التقليدية ويستخدمون آلات تتميز بالكفاءة فى كافة الأمور من وسائل المواصلات إلى الأعمال المنزلية . وبدأت الأسر تنتقل من وحدات الإنتاج فى الريف إلى وحدات الاستهلاك فى المدن . وتغيرت القيم الأساسية بعد أن تم إعادة تعريف الحياة السعيدة لتشمل التمتع بأسباب الراحة الحضرية والحصول على منتجات النظام الصناعى .

الهجرة : صاحبت التوسع فى التصنيع والتحرك الواسع لجماهير شتى مما أدى إلى اختلاط نوعيات من البشر ذات أصول متباينة وتوطينهم فى مناطق جديدة ، وعاشت أوروبا ردحاً من الزمن فى ظل الفوضى . ولكن ، فى القرن التاسع عشر ، توقف العالم الجديد (أمريكا) لاستقبال المحرومين والمهاجرين والبؤساء . وأصبح الناس فى حاجة عاجلة لإقامة المزارع وشق القنوات ، وقطع الغابات ، والعمل فى المصانع ، وقيادة الجرارات ، والبحث عن الفحم ، وتشغيل مصانع الصلب والقيام بالأعمال الصعبة الأخرى التى يتميز بها مجتمع يعيش فى حالة حركة مستمرة . وأتى الناس بالملايين من كل حدب وصوب من أنحاء المعمورة ، ليس فقط إلى الولايات المتحدة الأمريكية وكندا بل إلى الأرجنتين والبرازيل وعشرات من البلدان الأخرى الواقعة فى نصف الكرة الغربى ، والتى كانت قد بدأت مرحلة التصنيع بدرجة أو أخرى . وداخل الولايات المتحـدة نفسها تحرك الناس فى موجات منتظمة من الشرق إلى الغرب ومن الجنوب إلى

الشمال ومن الريف إلى المدن ، باحثين عن حياة أفضل . وهذه التحركات زادت بدورها من اختلاط أناس ذوى شخصيات متباينة وأخرت بشكل فعال من ظهور أشكال جديدة من التقاليد .

وازداد التخصص *وتقسيم العمل* مع نمو حركة التصنيع ، وتوسعت المصانع الجديدة والمشاريع التجارية الضخمة فى الاستعانة بعمالة على درجة كبيرة من التخصص . وأصبحت المجتمعات الصناعية الجديدة والمؤسسات التجارية الضخمة فى حاجة إلى أنواع جديدة من الخبراء والمديرين والعمال المهرة . وهذا النوع من القوى العاملة زاد من الحاجة إلى التعليم والتدريب المتخصص الذى أصبح السلم الأساسى الذى يستخدمه الناس للصعود إلى أعلى فى النظام الطبقى الجديد .

النظام الطبقى : وهو النظام الذى تبناه المجتمع فى تحديده للتصنيف (السلم) الاجتماعى وقد مر هذا النظام بفترة انتقال هامة . وقد أصبح النظام الطبقى فى المجتمعات الصناعية الحضرية أكثر انفتاحاً وأكثر تعقيداً أيضاً . والخطوط بين الطبقات الاجتماعية التقليدية التى تميز بين البشر – دنيا ووسطى وعليا – أصبحت مبهمة وغير قاطعة ، فأولئك الذين كانوا يقبعون فى واحدة من هذه الطبقات المحددة فى النظم الاجتماعية القديمة ، أصبحوا الآن يتحركون صعوداً وهبوطاً . حتى المعايير المستخدمة فى تحديد الطبقات الاجتماعية تغيرت . أما معنى مركز العائلة الموروث ، فقد انهار بعد انهيار الطبقة الأرستقراطية فى المجتمع الأوروبى . وبمعنى آخر ، أصبح النظام الطبقى الجديد يبنى بدرجة أقل على المعايير الموروثة وبدرجة أكبر على المعايير المكتسبة مثل الدخل ومستوى التعليم والوضع الوظيفى .

وأصبحت حركة *الصعود الاجتماعى* هدفاً مشتركاً كما أصبحت أسطورة « هوراشيو ألجر » ، القائمة على تحقيق النجاح من خلال الاعتماد على الذات والعمل الشاق ، تمثل رؤية ذات أهمية متزايدة لعدد ضخم من الناس حيث أصبحوا وكلهم عزم على شق طريقهم نحو الأعلى ، الأمر الذى لم يكن متاحاً فى النظم الجامدة التى كانت تتبناها المجتمعات التقليدية . صحيح أن النجاح لم يصادف الجميع فى التحرك لأعلى ولكن الحلم فى تحقيق ذلك أصبح حلماً مشتركاً بين الكافة تقريباً وأصبح التقدم الحقيقى فى الوضع الاجتماعى ضرورة لتجنب حمل لقب « فاشل » . وأصبح النظام الثقافى للمجتمعات الصناعية الحضرية يؤكد على النجاح كعنصر أساسى فى نموذج حياة وتفكير الملايين من البشر .

التنوع أو التباين الاجتماعى فى المجتمع الحديث

بسبب التغيرات الاجتماعية الكبرى المذكورة آنفاً ، فإن المجتمعات الصناعية الحضرية ، وبالذات فى نصف الكرة الغربى ، طورت تراكيب اجتماعية متمايزة إلى حد كبير . وبلغة واضحة ، فإن « التنوع أو التباين الاجتماعى » يعنى تعقيداً اجتماعياً . ويشكل الناس فى مثل هذه المجتمعات فئات اجتماعية متعددة ومختلفة عند تصنيفهم على أساس صفات مشتركة معينة . فلا يمكن تمييزهم إلى ذكر وأنثى ، كهل وشاب ، ريفى وحضرى ، بل يمكن تمييزهم إلى عدد يكاد يكون لا نهائياً من الأقسام المميزة على أساس الأصل العرقى ، والانتماء الدينى ، والجنس ، والتوجه السياسى ، والدخل ، والمهنة ، والتعليم ، وهذا قليل من كثير .

إن حقيقة التنوع الاجتماعى ألقت بعبء ثقيل على تفكير علماء الاجتماع فى محاولتهم لفهم ووصف المجتمع فى بداية هذا القرن . لقد بدا الوضع للبعض كنذير شؤم . كان العصر الجديد ، كما قال جوستاف لى بون ، عصر التجمعات أو الحشود أو الرعاع ، حيث تتحكم العاطفة أكثر من العقل فى السلوك الجماعى . وبتأثير تفسيرات حركة التحليل النفسى ، فقد رأى لى بون ذلك العصر على أنه الوقت الذى تكون فيه سمات الأفراد الشخصية المطلقة العنان ، بل واللاعقلانية ، هى العوامل المحددة للحضارة أكثر من أن تحددها الروابط المستقرة لنظام اجتماعى [١٤] . غير أن التاريخ أثبت خطأ لى بون . إن الحكم النهائى المتشائم ــ بأن المجتمع كان مكوناً من أفراد يفتقدون الروابط الاجتماعية الهادفة مع الآخرين مما جعلهم أسرى لقيادة الجانب اللاعقلانى لطبيعتهم البشرية ــ كان على وشك إفساح الطريق لرأى آخر كشفت عنه بحوث علم الاجتماع . فبينما أصبح المجتمع شديد التعقيد ، ظلت هناك العديد من الروابط بين الناس .

نشأة البحث التجريبى فى علم الاجتماع

رغم أن الدراسات الكمية لقطاعات السكان كانت تُجرى على مدى التاريخ ، فإن البحث التجريبى الأساسى أو الذى تقوده النظريات العلمية بدأ فى علم الاجتماع مع دراسة « دوركهايم » الكلاسيكية للانتحار [١٥] . وكان فى صلب الدراسة تأثير الفئات

الاجتماعية على ميل الأفراد لاتخاذ هذا القرار الأخير فى حياتهم . كانت المعدلات بين المتزوجين أقل منها بين غير المتزوجين . ومعدلات الانتحار بين الكاثوليك أقل من البروتستانت . واختلفت المعدلات بين العسكريين عنها بين المدنيين ، وهكذا . وتظل نظريته عن العلاقة بين الانتماء الطبقى واحتمال الانتحار نظرية هامة فى الوقت الحاضر . على أية حال ، لقد كانت نظريته نقطة تحول فى تحويل علم الاجتماع من مجال صيغ نظرية عامة تتعلق بالتركيب العام للمجتمع إلى علم يشكل فيه البحث التجريبى الكمى لأنماط محددة من السلوك الاجتماعى الأساس للحصول على معرفة جديدة .

وفى وقت مبكر من القرن الحالى ، بدأ علماء الاجتماع فى تطوير عملية « الاستقصاء بالعينات » كأسلوب منهجى رئيسى لبحوثهم . كان ذلك يعتمد على مزيج من الأفكار القديمة والجديدة . لقد ذكر « هيرودوت » فى القرن الخامس قبل الميلاد أن المسئولين منذ زمن بعيد ، يصل إلى ٣٠٥٠ عاماً قبل الميلاد ، أجروا حساباً تصنيفياً ، ومسحاً إحصائياً كاملاً لسكان وثروة مصر . لقد كانت تلزمهم المعلومات والأموال لبناء الأهرامات . وهناك زعماء آخرون ، يشملون العديد من أباطرة الرومان ووليم الفاتح (*) ، أجروا عمليات مسح للسكان والثروات الخاضعة للضرائب (على سبيل المثال : كتاب يوم القيامة Domesday Book) (**) . وفى الواقع ، كانت فكرة الإحصاء قد أصبحت راسخة تماماً بحلول عصر ظهور الدولة الحديثة (١٦) .

وقبل كل شىء ، فإن الأسلوب المنهجى الجديد كان ممكناً بسبب إتاحة وسائل إحصائية فنية ملائمة لتحليل نتائج عمليات المسح . وبحلول نهاية القرن التاسع عشر ، أصبح متوافراً كم دائم التطور من المناهج والنظريات الإحصائية . وعلى مدى حقبة امتدت ثلاثة قرون كان قد تم تطوير هذا الكم على يد مجموعة من علماء الفلك والمقامرين وعلماء الزراعة وعلماء الأحياء (١٧) . وتختلف طرق تصميم العينات والأساليب الفنية للتحليل الإحصائى المستخدمة فى البحوث الإحصائية فى الوقت الحاضر قليلاً عن

---

* وليم الفاتح : وليم الأول (١٠٢٨ - ١٠٨٧) ملك انجلترا فى الفترة (١٠٦٦ - ١٠٨٧) ، قاد الحملة النورماندية على انجلترا وفتحها عام ١٠٦٦ (المترجم) .

** Domesday Book : سجل لإحصاء أراضى انجلترا بناء على أمر وليم الفاتح حوالى عام ١٠٨٦ ، يبين الملكية والمساحة وثمن العقارات . (المترجم)

تلك التى كانت متاحة فى العشرينيات من القرن الحالى .

وهناك سمتان تجعلان الأسلوب الفنى الحديث للإحصاء مختلفاً عن الفكرة القديمة للإحصاء الكامل . الأولى ، أنه يعتمد على عينة من قطاع السكان الذى ستتم دراسته ، مفضلاً ذلك على الاعتماد على الكل . الثانية ، أنه يستخدم فى القياس برامج لقاءات منظمة بموضوعية . وهكذا ، فإنه يجمع ما بين مفهوم الإحصاء ، وطرق تصميم احتمالية العينة ، والنظريات الإحصائية لتقديرات المتغير السكانى ، والأساليب الفنية للقياس الكمى الدقيق للمتغيرات الاجتماعية والنفسية . ويُعتقد دائماً أن الأساليب الحديثة للإحصاء بدأت بهذا الشكل عام ١٨٥٥ ، مع دراسة « فريدريك لى بليه » لعائلات مناجم الفحم الفرنسية [١٨] . ويعد بداية القرن ، أصبح استخدام مسح العينات فى علم الاجتماع راسخاً تماماً وعلى نحو مطرد . وفى ذلك الوقت ، تم إقراره على نطاق واسع . وفى نهاية الأمر ، أصبح الأداة الرئيسية للتحليل الكمى فى البحث الاجتماعى .

ومع ظهور تقليد البحوث الإحصائية ، فإن المقارنات الإحصائية لسلوك البشر على أساس الفئات الاجتماعية أصبحت استراتيجية شائعة . وكانت النتيجة النهائية التى تكرر الوصول إليها هى « أن التنوع الاجتماعى يوجد تكيفاً مميزاً فى السلوك » . وبكلمات أخرى ، فإن أولئك الذين يتقاسمون هوية عامة بلغة الانتماء الاجتماعى الطبقى يتصرفون غالباً بأساليب متشابهة . وكان لهذه القاعدة أهمية كبيرة فى التطورات النظرية الأخيرة فى دراسة الاتصال الجماهيرى (الإعلام) .

الجماعات ذات الأنماط السلوكية الخاصة

وبتراكم المعارف المتعلقة بالتركيب المعقد للمجتمعات المعاصرة وتمايزها الاجتماعى واسع المدى ، ظهر من خلال البحوث الاجتماعية مفهوم هام ثانٍ . هذا المفهوم هو الجماعات ذات الأنماط السلوكية الخاصة . فباستخدام طريقة أسموها « الملاحظة المشاركة » مأخوذة عن طرق الدراسة الميدانية فى الأنثروبولوجى (علم الإنسان) ، وفيها يعيش ملاحظون بالغو الدقة بين الناس فى كل فئة ممكن تخيلها فى الحياة والبيئات الاجتماعية : ساكنو أحياء الفقراء ، المساجين ، طلاب الطب ، مدمنو المخدرات ، العمال الجائلون ، الجماعات العرقية ، الجنود فى ميادين الحرب ، الشواذ جنسياً ، ساكنو

الضواحى ، الفلاحون ، الأطباء ، عمال صناعة السيارات ، وحشد من الفئات الأخرى . وواجه هؤلاء الباحثون دائماً حقيقة أن البشر فى هذه الفئات يتقاسمون أسلوباً مميزاً فى الحياة مما يشكل نوعاً من « الجماعات الفرعية ذات السلوك الخاص » تتميز عن المجتمع الأكبر(١٩) . على سبيل المثال ، استخدم أعضاؤها لغات خاصة Argot وهى لغة خاصة يستخدمها عادة رجال العصابات لم تكن جزءاً من اللغة الرئيسية ، وتقاسموا مواقفاً وقيماً ومعتقدات مميزة ومهارات ترتبط بمكانهم وأنشطتهم فى البنية الاجتماعية . وعلاوة على ذلك ، واجهت كل فئة مجموعة متفردة من المشاكل لم تكن متطابقة مع مشاكل المجتمع ككل .

ويعد عمال الصناعة فى أوائل القرن مثلاً موضحاً للمعتقدات والأساليب الفنية للجماعات ذات السلوك الخاص فى معالجة مشاكل متفردة . لقد أظهروا معتقدات سلبية قوية بشأن الإدارة وكونوا نقابات كوسيلة للتغلب على افتقارهم للنفوذ ، ومرتبتهم المحدودة ، ودخولهم المنخفضة . وتتضمن الجماعة ذات السلوك المختلف الخاصة بهم توجهات مشتركة تجاه عملهم ، وتجاه بعضهم البعض أو مستخدميهم ، ونقاباتهم ، وتجاه شرعية الإضراب ، والعديد من المعتقدات المترابطة . وقد كانت استراتيجية ناجحة نسبياً . وفى خلال وقت محدود تحسنت الكثير من مشاكلهم المبكرة .

وسرعان ما اتضح أن كل فئة هامة أخرى من الناس فى المجتمع كان لها نموذجاً مميزاً من المهارات والمعتقدات والاهتمامات واللغة والقيم . ونجح البعض فى تحقيق تغيير وفشل آخرون . وعلى أية حال ، فإن الجماعات ذات الأنماط السلوكية الخاصة والتى كانت تتميز عن النمط العام أو الرئيسى كانت موجودة فعلاً فى كل زاوية من زوايا المجتمع . وبصفة عامة ، فإن هذه الجماعات كانت وتظل نواتج التنوع والتباين الاجتماعى ، وهى تلعب دوراً هاماً فى تشكيل الأنماط السلوكية لأفراد كل فئة .

لم تكن خطوة صعبة أن يطبق هذا التعميم على السلوك المتعلق بالإعلام . وتقريباً بدون إدراك من الباحثين دارسى تأثير وسائل الإعلام على الناس ، فقد بدأوا فى اتخاذ هذه الخطوة داخل إطار من التباين الاجتماعى . وحتى قبل الحرب العالمية الثانية ، كشفت مقارنات الأنماط المختلفة لسلوك الناس الإعلامى أن جماهير القراء والمستمعين

المنتمين لفئات اجتماعية مميزة كانوا على الأرجح ينتقون مضموناً مختلفاً من وسائل الإعلام ، ويفسرون نفس الرسالة بطرق مختلفة عن طرق الفئات الاجتماعية الأخرى ، ويتذكرون الرسائل بطريقة انتقائية ، ويتصرفون بطريقة مختلفة تماماً كنتيجة لعرضها .

منظور المنافع والإمتاع

فى خلال الأربعينيات ، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعى على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام . كان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبى غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة فى انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مُفضل من الإعلام . كانت النظريات المبكرة (مثل : صياغة القذيفة السحرية) ، ترى الجماهير على أنها خاملة نسبياً ، تنتظر وسائل الإعلام فى سلبية لكى تنقل لها معلومات يتم إدراكها عندئذ ، وتذكرها ، (وافتراضاً) فإنها تتصرف بناء عليها على نسق واحد . أما وقد اتضح الدور القوى للمتغيرات فى المعرفة والإدراك والجماعات ذات الأنماط السلوكية الخاصة subcultures ، فلم يعد ممكناً فهم الجماهير بهذه الطريقة .

لقد بدأ ، منذ وقت مبكر ، البحث فى أنواع الحاجات التى يلبيها مضمون الإعلام وكذلك الإمتاع والإشباع التى يقدمها . فخلال الثلاثينيات أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على قراءة الكتب ، ومسلسلات الإذاعة والتليفزيون التمثيلية ، والصحف اليومية ، والموسيقى الشعبية ، وأفلام السينما وذلك لتحرى سبب اهتمام الناس بمنتجات الإعلام والنتائج التى يقدمها مثل هذا الكشف للأمور أمام الرأى العام . وبحلول سنوات الحرب العالمية الثانية ، أصبح هناك كمٌّ وفير من الاكتشافات حول الاحتياجات والإشباع [٢٠] . والآن ، فإن دراسة الأسباب التى يرجع إليها اهتمام الناس بالإعلام ، والمكافآت التى يشعرون أن هذا الاهتمام يمنحها لهم ، أصبحت ، ولو كان ذلك مثيراً للجدل بعض الشىء ، استراتيجية راسخة لفهم الدور الفعال للجمهور [٢١] .

ويشعر بعض النقاد أن أسلوب المنافع والإشباع أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاته وما هو إلا صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائى .

ويشيرون إلى حقيقة أن الافتراض الرئيسى هنا هو أن احتياجات الأفراد والمكافآت التى يحصلون عليها تؤثر فى أنماط اهتمام الناس بمحتوى الإعلام والمنافع التى يحققونها باستخدام ما يحصلون عليه من معلومات . وهذه أساساً رواية مبسطة لنظرية الفروق الفردية اعتماداً على اعتبارات تركيب المعرفة .

وهناك تصور آخر هو أن البحث باستخدام منظور المنافع والإشباع لم يولد حتى الآن سوى القليل من القوائم عن الأسباب (أنواع مختلفة من « الاحتياجات » ذاتية التعريف) التى يبرر بها الناس انتقاءهم واهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامى (مثل : الجرائد ، الكتب ، التليفزيون ، إلخ .) أوقوائم من « الإشباعات » (مثل : « إشباعات » ذاتية التعريف) يقول الناس أنهم يحصلون عليها من اهتمامهم بالإعلام . ولا يضيف المنظور الكثير على طريق التفسير المنظم وراء ذلك . هل هذه العوامل ذاتية التعريف هى الأسباب والإشباعات الحقيقية التى تؤدى إلى الاهتمام بالإعلام ؟ يظل هذا سؤالاً مفتوحاً . وهكذا ، فبينما قد تؤدى هذه الصيغة واستراتيجية البحث المصاحبة لها إلى أسلوب أكثر انتظاماً فى المستقبل ، يبقى منظور الحاجات والإشباعات حالياً محدوداً وغير متماسك .

الدراسات الإحصائية للسكان (الديموجرافيا) كقاعدة لتقسيم السوق

إن تراكم المعارف حول الخصائص المتنوعة والأنماط السلوكية المترابطة للناس داخل فئات اجتماعية معينة تشكل أساساً آخر تطورت بناءً عليه قاعدة تجزىء السوق فى مجال الأعمال التجارية ، والحكومة ، والصناعة . ودلت هذه المعارف على الحاجة إلى استخدام الطريقة المسحية فى دراسة تجمعات الميول والأفضليات وغيرها من جوانب سلوك المستهلكين أو الناخبين حيث أنه يتفاوت بين مختلف أنواع الناس . على سبيل المثال ، سرعان ما أصبح شيئاً معتاداً أن توجد فروق هامة بين العادات الشرائية والسلوك الاستهلاكى لدى الناس المختلفين فى الدخول ، والأعمار ، ومستويات التعليم ، والخلفيات العرقية ، وهكذا . ولقد أصبح استخدام الأساليب الإحصائية الفنية الآن فى دراسة إحصائيات السكان بالنسبة إلى الأسواق شيئاً روتينياً .

الصلة بين البحوث الأساسية والتطبيقية

إن التطورات فى علم النفس ، وعلم الاجتماع ، والتنظيم الناشىء لوسائل الإعلام تضمن معنى هاماً لابد من كشفه . لقد ذكرنا كيف أن مفاهيم الاختلافات الفردية والتنوع الاجتماعى ، التى تولدت فى المعمل التجريبى وفى دراسات البحوث الإحصائية ، شكلت أساساً لنظريات التأثير الانتقائى المرتبط بأثر الإعلام على الجمهور . وذكرنا أيضاً كيف أن هذه الأفكار قد تم التقاطها واستخدامها فى العالم العملى للصناعات المرتبطة بالإعلام من أجل فهم أفضل لتجزىء السوق وبحوث السوق .

إن ما أثبتته هذه التطورات هو أن هناك « صلة من التبعية » بين علم الاجتماع الأكاديمى واهتمامات الصناعة بتطوير معارف أساسية جديدة ، وتفسيرات ، ومناهج بحث فيما يتعلق بالسلوك الإنسانى . ومثل هذه الصلة من التبعية معروفة جيداً فى الصناعة فيما يتعلق بالنظريات التى تنتجها العلوم الفيزيائية والبيولوجية ، لأن المفاهيم الأساسية المنتجة فى فروع عديدة جعلت من الممكن تطوير العديد من المنتجات الاستهلاكية . ولكن فى العلوم الاجتماعية بصورة عامة ، وفى مجال الإعلام بصفة خاصة ، فإن هذه التبعية معروفة على مضض . إذا كانت فعلاً معروفة على الإطلاق .

إن أولئك العاملين فى الصناعات التى يوجهها الربح يتصفون بنفاذ الصبر بصورة واضحة بشأن البحث حول السلوك الاجتماعى ، على أساس أنه يبدو فى الغالب غير عملى . فهم إما أن يفشلوا فى فهم حقيقة هامة ، أو يبدوا قليلاً من الاهتمام بها أو يختاروا أن يتجاهلوها ، والحقيقة هى أن المسئولية الرئيسية لكل فرع من الفروع العلمية هى إجراء بحث « أساسى » يهدف إلى تطوير تفسيرات العلة والمعلول ــ وتلك هى ما يسمى النظرية . ويرى كثيرون هذه المطاردة للمعرفة لذاتها شيئاً بالغ الغرابة ، سريع الزوال ، وأحمق . وأحياناً ، ينطبق هذا على كثير منها . ولكن أولئك الذين ينبذون كل تلك البحوث على أنها شىء أحمق ، يحققون فى الغالب ، وبسعادة ، أرباحاً طائلة باستخدام التفسيرات النظرية ومناهج البحث التى تطورت أساساً من خلال نفس الفروع التى انتقدوها . وتتضح هذه فى الثغرة فى الفهم بصفة خاصة فى حالة الباحثين الأكاديميين فى مجال الإعلام وكذلك صناعات وسائل الإعلام .

التأثيرات الانتقائية فى عملية الإعلام

كان هناك ، بالطبع ، الكثير فى مجال دراسة الإعلام فضلاً عن تأثيرات المحتوى على الجمهور والعوامل التى تدفعهم للاهتمام بطريقة انتقائية . وبحلول الأربعينيات كان من بين العوامل التى اتضحت ضرورة دراستها : صفات المذيع ، ومحتوى الرسائل ذاتها ، والقنــوات التى يتلقى النـاس من خلالهـا المعلومـات . وبحلول عام ١٩٤٨ ، جمع « هارولد د. لاسويل » هذه العوامل فى قوله المشهور :

تتمثل الطريقة الملائمة لتصوير عملية الإعلام فى إجابة الأسئلة التالية :

من ؟
يقول ماذا ؟
بأية قناة ؟
لمن ؟
بأى تأثير ؟ (٢٢)

ومن الواضح تماماً أن نظرية الفروق الفردية ونظرية التنوع الاجتماعى ترتبطان بصفة خاصة بعامل « لمن ؟ » فى ملخص « لاسويل » المفيد . وفى هذا المجال ، فهما ليستا نظريتـان شاملتـان أو جامعتـان لعملية الاتصـال الجماهيرى ككل . ورغم ذلك فهما تضيفان عناصر هامة لفهمنا لكيفية إجراء البحث حول وسائل الإعلام ، بمعنى أى عوامل يجب أن نأخذها فى اعتبارنا . وهذا واحد من أهم وظائف النظرية . وهكذا ، فإن تطور نظريات الاختـلاف الفـردى ، والتبـاين الاجتـماعى أعـطت البـاحثين فى الجامعات وفى الصناعات المتعلقة بوسائل الإعلام مؤثرات واضحة على الأقل لبعض العوامل التى يجب وضعها فى الاعتبار عند تطوير نظريات أخرى أساسية أكثر شمولاً ، أو عنـد تخطيط استراتيجيات فعالة للاستخدامات العملية لوسائل الإعلام لاستغلال سلوك المشاهدين .

ورغم ذلك فإن الصيغتين اللتين تم استعراضهما لم تعطيا صورة كاملة عن أساس السـلوك الانتقـائى بين جمهـور وسـائل الإعلام . إن كل نظرية تصبح وتبقى هامة بحكم

ذاتها ، ولكن يبرز اعتبار ثالث كنتيجة تالية فى الغالب . هذا الاعتبار الثالث هو العلاقات الاجتماعية بين أفراد الجمهور . إن اكتشاف ارتباط الناس والأصدقاء وزملاء العمل ، وغير ذلك مما يمكن أن يكون ذا تأثيرات قوية على السلوك المترتب على الإعلام الجماهيرى ، أدى إلى صياغة نظرية ثالثة للتأثير الانتقائى .

نظرية العلاقات الاجتماعية

مثل الكثير من الاكتشافات الهامة الأخرى فى مجال العلوم ، يبدو أن الدور الذى تلعبه علاقات المجموعة فى عملية الإعلام الجماهيرى قد اكتشف بالصدفة فى الغالب . وأيضاً مثل كثير من الأفكار الهامة الأخرى ، يبدو أن أكثر من باحث قد اكتشفه فى نفس الوقت بصورة منفصلة . ومن منطلق بحوث الإعلام الجماهيرى عن كيفية استقبال الناس واستجابتهم للإعلام ، وتبدو إحدى الدراسات على أنها المحيط الذى اكتشفت داخله أهمية علاقات المجموعة باعتبارها كماً مركباً من المتغيرات المتداخلة بين الإعلام والتأثير الجماهيرى . وفى عام ١٩٤٠ ، وقبل أن يوجد التليفزيون كوسيلة إعلام ، طور كل من « لازار سفيلد » و« بيريلسون » و« جوديت » خطة بحث دقيقة لدراسة تأثير حملة انتخابات الرئاسة فى ذلك العام من خلال وسائل الإعلام على الناخبين . فى البداية ، كانوا مهتمين بكيفية اختيار أفراد فئة اجتماعية ما للمادة الإعلامية المرتبطة بالانتخاب ، وكيف لعب محتواها دوراً فى التأثير على نواياهم فى عملية التصويب [٢٣] .

وقد أجريت الدراسة فى « إيرى كاونتى » بولاية « أوهايو » ، وهى منطقة نموذجية فى وسط أمريكا ، صوتت على مدى عديد من العقود فى الانتخابات الرئاسية مثل باقى الأمة . وكان محتوى الإعلام محل الدراسة هو خطب الحملة وغيرها من الرسائل السياسية التى يتم تقديمها فى الصحف ، والمجلات فى أثناء التنافس بين « ويندل ويلكى » (المرشح الجمهورى) والرئيس فرانكلين د. روزفلت (المرشح الديمقراطى) . وكان الأشخاص محل البحث هم عينات تمثل سكان المنطقة .

وتم لأول مرة استخدام هيئة تم تخيلها فى البحث المسحى الواسع النطاق ، فكان يتم الالتقاء بعينة رئيسية من ٦٠٠ فرد على فترات شهرية فى المدة من يونيو إلى نوفمبر .

وكان يتم الالتقاء بعينات جديدة إضافية تتكون كل منها من ٦٠٠ فرد وذلك خلال عديد من الأشهر ضمن المدة المذكورة . وكانت تجرى مقارنة النتائج التى يتم التوصل إليها من العينات الجديدة مع تلك التى تم التوصل إليها ممن يتكرر الالتقاء بهم وسؤالهم ، وذلك للكشف عما إذا كانت قد حدثت اختلافات نتيجة اللقاء المتكرر مع اللجنة الرئيسية . وقد وجد أنه لم تحدث هذه الاختلافات .

وساهمت بعض الآثار محل الدراسة فى الحملة ، بطلب معلومات عن المرشحين والقضايا ، وصياغة قراءات انتخابية نتيجة التعرض للحملة ، والذهاب الفعلى لصناديق الاقتراع للتصويت . وكما اتضح ، فقد اكتشفت أنواع أخرى من الآثار : بعض من شملتهم الدراسة نشطتهم الحملة الإعلامية . بمعنى ، أنه كانت لديهم « ميول كامنة » للتصويت فى اتجاه معين (بسبب الانتماء لفئة اجتماعية) فبلورت رسائل الحملة تلك الميول إلى الدرجة التى أصبحت عندها جلية . وكان آخرون قد شكلوا رأيهم تقريباً فى مرحلة مبكرة من الحملة ، وتمت « تقوية » هذه القرارات الانتخابية من خلال انتقاء انحيازى ومستمر لمحتوى إضافى من وسائل الإعلام . ومن خلال الوسائل الإعلامية ، تم عكس النوايا الانتخابية المبكرة فى مجرد نسبة ضئيلة من الحالات . وهكذا ، فإن « التحول » لم يكن أثراً واسع النطاق .

وشرحت نظرية الاختلاف الاجتماعى كثيراً من النتائج بصورة طيبة جداً . إن تأثير الفئات الاجتماعية المختلفة على النوايا الانتخابية والسلوك الإعلامى قد تبدى فى حالات كثيرة . كان السن ، والانتماء الحزبى ، والجنس ، والإقامة بالريف مقابل الإقامة بالمدن ، والحالة الاقتصادية ، والتعليم ، كل ذلك كان من المتغيرات الأساسية . لقد حددت هذه الانتماءات الفئوية الاجتماعية مظاهر الاهتمام ، وأدت إلى قرارات مبكرة أو متأخرة . ومن خلال العمل المنسجم أثر هذا الكم من المتغيرات ليس فقط فى درجة واتجاه تعرض الناس لمادة الحملة الإعلامية ، وإنما أيضاً فى أنواع الآثار التى قد يتركها عليهم مثل هذا المضمون .

وقد أُعطى اهتمام قليل فى الدراسة للدور المحتمل للعلاقات الاجتماعية غير الرسمية ، مثل ما قد يتضمنه مفهوم المجموعة « الأولية » (عدد صغير من الناس تربطهم علاقات مؤثرة ومقصورة عليهم ، مثل العائلات والأصدقاء الحميمين) . ومع ذلك ، فقد كان هناك اعتقاد قوى بأن هذا النوع من العلاقة الاجتماعية آخذ فى

الاضمحلال بنشوء المجتمع الحضرى الصناعى . وقد أوضح « اليهوكاتز » هذا الوضع بدرجة مقنعة فى العبارات التالية :

> حتى وقت قريب جداً ، كانت صورة المجتمع فى أذهان أغلب طلبة الإعلام عبارة عن أفراد منفصلين ، متصلين بوسائل الإعلام ، وليس ببعضهم البعض . كان يُنظر للمجتمع ـ أى الجمهور ـ على أنه مجموعات على أساس السن والجنس والطبقة الاجتماعية ، وما شابه ذلك ، وأعطى قليل من الاهتمام للعلاقات متضمناً بذلك اهتماماً أقل بالعلاقات غير الرسمية . وليس المقصود أن طالب الإعلام كان جاهلاً بأن لأفراد الجمهور عائلات وأصدقاء ولكن المقصود أنه لم يعتقد أنهم قد يؤثرون على نتيجة الحملة . وهكذا كانت العلاقات غير الشخصية تعتبر غير ذات أهمية لمؤسسات المجتمع الحديث [٢٤] .

ولكن عندما تحدث القائمون بالدراسة مع الناس فى « إيرى كاونتى » ، ظلوا يحصلون على إجابات غير متوقعة لأحد الخطوط الرئيسية فى استجوابهم :

> وقتما طُلب ممن شملتهم الدراسة الإفادة عن المرات الأخيرة لتعرضهم لمختلف أنواع وسائل الاتصال وتبادل الأفكار الخاصة بالحملة ، فقد ذكروا « المناقشات السياسية » أكثر مما ذكروا التعرض للراديو أو للمادة المطبوعة [٢٥] .

وفى الواقع ، فإنه فى اليوم العادى خلال الحملة الانتخابية ، كان ١٠٪ من الناس يدخلون فى نوع ما من التبادل غير الرسمى للأفكار مع أشخاص آخرين أكثر من أن يتعرضوا لمواد الحملة مباشرة من وسائل الإعلام . وعند منتصف المشروع ، راجع الباحثون استراتيجيتهم فى المقابلات . وبدأوا يتحرون بأسلوب أكثر انتظاماً تلك الاتصالات غير الرسمية كمصدر « للتأثير الشخصى » . فقد أرادوا أن يفهموا ماهية الجزء الذى يلعبه هذا الشكل من اتصال الفرد بالفرد فى تعديل آثار وسائل الإعلام .

التدفق ذى الخطوتين للإعلام والتأثير

كانت النتيجة النهائية للاكتشاف الذى جاء بالصدفة لدور العلاقات الاجتماعية غير الرسمية فى « إيرى كاونتى » هى صياغة منظور جديد لعملية الإعلام الجماهيرى . وبعد

اكتمال البحث ، بدا واضحاً أن العلاقات الاجتماعية غير الرسمية لعبت دوراً فى تحوير أسلوب انتقاء الأفراد لمضمون الحملة الإعلامية ، وكذلك تأثرهم بهذا المضمون . لقد نقل أفراد العائلات والأصدقاء وغيرهم أفكاراً من وسائل الإعلام إلى دائرة اهتمام الناخبين الذين لم يتعرضوا بأنفسهم للحملة بصورة مباشرة . وهكذا ، كان هناك تدفق غير مباشر ولكنه هام للأفكار والتأثيرات من وسائل الإعلام إلى أولئك الذين تعرضوا لها بصورة مباشرة ، ثم منهم إلى أناس إضافيين لم يقرأوا أو يسمعوا الرسائل الأصلية .

وهكذا ، اقترح البحث حركة للمعلومات من خلال مرحلتين أساسيتين : أولاً ، من وسائل الإعلام إلى أفراد ذوى اطلاع حسن نسبياً يولون عناية متكررة لوسائل الإعلام ، ثانياً ، من هؤلاء الأشخاص ومن خلال قنوات اتصالهم بآخرين تنتقل المعلومات إلى أفراد لديهم تعرض مباشر بصورة أقل لوسائل الإعلام ويعتمدون على آخرين فى الحصول على معلوماتهم . وسميت عملية الاتصال هذه « التدفق ذو الخطوتين للإعلام »[٢٦] .

وقد سمى من لديهم اتصال أكبر بوسائل الإعلام « قادة الرأى » إذ سرعان ما وجد أنهم لم يكونوا ناقلين محايدين للمعلومات ، بل كانوا يلعبون دوراً هاماً فى تشكيل النوايا الانتخابية لدى من يمررون لهم المعلومات . وسرعان ما أصبح هذا الشكل من « التأثير الشخصى » معروفاً كعملية متداخلة هامة أخذت مجراها لدى كثير من الناس فيما بين الرسائل الإعلامية والاستجابات لهذه الرسائل .

وقد فجر هذا الاكتشاف جهداً مكثفاً لتحرى طبيعة قادة الفكر وعملية التأثير الشخصى . وتراكم إنتاج فكرى غزير موضحاً أن العلاقات الاجتماعية غير الرسمية كانت فعلاً عوامل متداخلة هامة شكلت أسلوب اختيار الناس للمضمون الإعلامى ، وتفسيرهم له ، وتصرفهم بناء عليه . وهكذا أضيفت نظرية « العلاقات الاجتماعية » إلى فهم متنام لأساس الانتقائية التى يمارسها أفراد الجمهور فى استجابتهم لوسائل الإعلام .

تبنى الابتكار

ذكرنا سابقاً أن دور العلاقات الاجتماعية غير الرسمية فى عملية الإعلام الجماهيرى اكتشف بصورة مستقلة بواسطة أكثر من فريق بحث فى نفس الوقت . ففى أثناء إجراء

دراسة « إيرى كاونتى » ، كان طلاب علم الاجتماع الريفى يتحرون عن كيف يستخدم الفلاحون منتجات ووسائل فنية جديدة لزيادة إنتاجية مزارعهم . وعلى عكس طلاب الإعلام ، كانوا يعرفون منذ أمد طويل أن العلاقات الاجتماعية غير الرسمية بين من يجرون عليهم دراستهم تلعب دوراً هاماً فى تشكيل القرارات . وبصفة خاصة ، أحسوا أن تأثير المزارع فى زميله المزارع سيكون عاملاً هاماً فى قرارات إدخال ابتكار زراعى معين . كان المجتمع الريفى واحداً من المجتمعات التى احتفظت فيها العائلة بعلاقات اجتماعية قوية مع جيرانها . وعندما تفد أفكار جديدة من الخارج ، فإن تفسيرات الجيران يمكن أن تكون ذات اهمية حاسمة فى تحديد احتمال إدخالها .

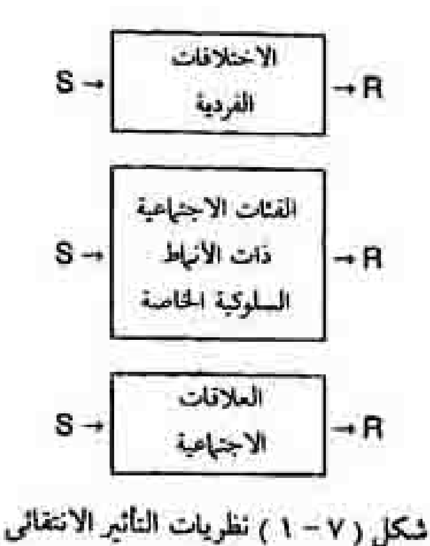
إن قبـول أسلوب فنى زراعى جديد قد يبـدو موضـوعـاً مختلفـاً جداً عن التـأثر بالحملات الانتخابية من خلال وسائل الإعلام . ولكن إذا تحدثنا عن المفاهيم ، فهناك الكثير من الصفات المشتركة بين الاثنين . فالأفكار الجديدة تُقدم أولاً للمزارعين من خلال وسيط إعلامى ما ، قد يكون برنامجاً إذاعياً مصمماً لجمهور المزارعين ، أو نشرة يوزعها وكيل المبيعات فى الإقليم ، أو مجلة خاصة بمحطة تجارب زراعية ، بل وربما كتيباً إعـلانياً من شركـة متخصصـة فى المنتجـات الزراعية . والسؤال هو هل كان المزارع سيستجيب لتلك الرسائل الإعلامية بالأساليب التى يهدف إليها مرسلوها ؟ أى : هل سيستخدم المزارع المادة التى تمت تزكيتها ؟ . وبهذا المفهوم ، فإن العملية تشبه الإقناع فى المجالات الأخرى . إن الوضع فى حالة المزارع الذى يستخدم رشاشاً جديداً لمبيدات الحشائش أو نوعاً جديداً من البذور نتيجة لحملة من الإقناع لا يختلف عن ربة منزل تتحول إلى منظف جديد أو طعام إفطار جديد نتيجة للإعلان . كلاهما قد يتبنى الابتكار ويستخدمه أو يقاومه ، وقد تكون الأسباب الكامنة وراء ذلك متشابهة تماماً فى الحالتين .

وسرعان ما أثبت البحث التجريبى أن تبنى الابتكار كان عملية اجتماعية مشابهة لتلك التى حدثت فى أثناء الحملات الانتخابية . وأجريت دراسات مكثفة لتحديد ماهية قادة الرأى وطبيعة تأثيرهم الشخصى فى مجموعة متنوعة من البيئات المهنية والاجتماعية . وقد وجد أن التدفق ذى الخطوتين للمعلومات والتأثير يوجد تقريباً فى كل موضع حيث يجب على الناس أن يتخذوا قرارات بشأن عمليات الشراء والمرشحين والقضايا أو غير ذلك من المسائل حيث تنقصهم المعلومات المباشرة . وهم يتحولون عادة إلى آخرين ممن يثقون فى آرائهم طلباً للنصيحة التى تؤثر فى آخر الأمر فى قراراتهم وتصرفاتهم .

وبصفة عامة ، وجد أن قادة الرأى الذين يؤثرون فى عملية تبنى الابتكارات يشبهون إلى حد كبير من يتأثرون بهم . فهم يميلون بدرجة كبيرة إلى محاكاة القواعد السلوكية لمجموعاتهم ، وهم يميلون لأن يكونوا ذوى اطلاع حسن على وجه خاص فى مجال واحد ، ولكن ليس بالضرورة فى مجالات أخرى (٢٧) . وقيادة الرأى لا تأتى بالضرورة من جانب من يشغلون منزلة أعلى ممن يؤثرون فيهم . ويبدو أن التأثير يحدث بين من يتشابهون فى المنزلة إلى حد ما ، رغم أن هذا ليس حقيقياً دائماً .

وفى الدراسة التعريفية للموضوع ، وجد « كاتز » و« لازار سفيلد » أن وضع الشخص فى دائرة الحياة كان متغيراً حاسماً محدداً فمن يؤثر فى من ، وفى أى مجال . وعلى سبيل المثال ، فإن الشابات العاملات ، ذوات الاتصال الأكثر من خلال مصادر الإعلام بعالم الأزياء ، وتسريحات الشعر ، وأدوات التجميل ، كن يعتبرن كقائدات من جانب ربات المنازل ذوات الدراية الأقل بهذه الموضوعات . وعلى الجانب الآخر ، يتم طلب نصيحة النساء المتزوجات صاحبات العائلات الكبيرة فيما يتصل بالمنتجات المنزلية ، والتسويق ، وعمليات المساومة فى محلات السوبرماركت ، وهكذا . وبذلك ، فإن اعتبارات الفئة الاجتماعية مثل السن ، والحالة الاجتماعية ، وحجم العائلة ، والوظيفة ، تجعل البعض ميالاً لمراقبة وسائل الإعلام بطريقة انتقائية لكى يصبحوا ذوى اطلاع حسن فى موضوعات معينة . ونتيجة لذلك ، فإنهم يبدون كمصادر جيدة للنصيحة فى تلك الموضوعات لمن يفتقرون إلى هذا التعرض لوسائل الإعلام .

وعموماً فقد ثبت أن نماذج العلاقات الاجتماعية للأفراد عامل هام له أثر فى كيفية وصول المعلومات من مصادر الإعلام إلى هؤلاء الأفراد وما فعلوه بشأنها فيما بعد . وقد تعرض بعضهم مباشرة للإعلام وانتقوا معلومات متوافقة مع بنائهم النفسى . واهتم البعض الآخر بوسائل الإعلام وتأثروا بها بأساليب مطابقة لغيرهم فى فئاتهم الاجتماعية . ولايزال هناك آخرون تسلموا معلوماتهم مرشحة من خلال تفسيرات آخرين وبالتالى تأثروا بقادة رأيهم بقدر ما تأثروا بمعلومات وسائل الإعلام نفسها . وإجمالاً ، فإن نظريات التأثير الانتقائى الثلاث قدمت صورة مختلفة إلى حد كبير عن تلك التى رسمتها الافتراضات المبكرة بشأن طبيعة الإعلام الجماهيرى وتأثيراته فى الناس .



شكل (٧ - ١) نظريات التأثير الانتقائى

الأهمية المعاصرة لنظريات التأثير الانتقائى

كان التحول من نظرية القذيفة السحرية إلى مفهوم نظريات التأثير الانتقائى تحولاً من مفاهيم بسيطة نسبياً إلى مفاهيم مركبة . وفجأة أصبحت كل العوامل ــ نفسية واجتماعية ــ التى تميز الناس من فرد لآخر متغيرات متداخلة . وقد عملت هذه العوامل بين الباعث أو عامل التنبيه (S) على طرف ــ أى المحتوى الذى تقدمه وسائل الإعلام ــ والاستجابة (R) ــ أو التغيرات فى الشعور ، أو التفكير ، أو التصرف الذى يحدث بين أفراد الجمهور الذين يتعرضون لذلك المحتوى . بدلاً من حالة الـ (التنبيه والاستجابة) S-R البسيطة لصيغة القذيفة السحرية ، حيث لا عوامل تتدخل بين وسائل الإعلام والجمهور ، أصبحت توجد الآن مجموعات متعددة لمتغيرات متداخلة تغير من شكل العلاقة (شكل ٧ - ١) .

وبينما بدأت تلك الصيغ تستخدم كأدلة فى إجراء البحوث ، أصبح واضحاً أن كل مجموعة من العوامل كانت تساهم بطريقة ما فى الانتقائية التى اهتم أفراد الجمهور من خلالها بمشاهدة وسائل الإعلام ، وفسروا ما تعرضوا له ، وتذكروا ذلك المحتوى ، وتأثروا به بالتالى فى تصرفاتهم . وبكلمات أخرى ، كانت تلك مجموعة محددة من العوامل المتداخلة تميز أفراد الجمهور ، ولكن كانت تأثيراتها متشابهة إلى حد ما فى عملية الإعلام الجماهيرى . ويمكن فهم هذه الفكرة على أفضل ما يكون إذا نظرنا إلى أربع قواعد

أساسية تحكم تصرفات أفراد الجمهور الذين يتأثرون بهذه المجموعات الثلاث من المتغيرات المتداخلة . وتتعلق هذه القواعد بالاهتمام الانتقائى ، والإدراك ، والتذكر ، والتصرف ، وهى تقع فى بؤرة نظريات التأثير الانتقائى .

(١) *مبدأ الاهتمام الانتقائى :* أولاً : إن الاختلافات الفردية فى هيكل المعرفة تؤدى إلى نماذج مميزة من الاهتمام بالمضمون الإعلامى . كما أن مجتمعاتنا الإعلامية مشبعة بالرسائل المتنافسة لدرجة أن الناس قد لا يستطيعون الاهتمام بكل شىء يوجه لهم . بل إنهم إذا حاولوا ذلك فسيعانون غالباً حملاً زائداً فى الحال . ولتجنب ذلك ، يصل الناس إلى حالة من « المرشحات العقلية » تصفى كميات كبيرة من المعلومات . وينحصر اهتمامهم فى مجرد جزء محدود مما هو متاح يومياً . تماماً مثلما يستبعد كثيرون البريد التافه الذى يصلهم بدون حتى فتحه ، ويحتفظون بالخطابات ذات الدرجة الأولى فى الأهمية ، فإن الناس يعزلون المضمون الإعلامى الآخر الذى يكون اهتمامهم به بسيطاً أو منعدماً ويهتمون بما يحبون . وعلى سبيل المثال ، فأولئك المدفوعين لمتابعة الأحداث الجارية يعطون للأنباء اهتماماً أكثر مما يفعل من لديهم شغف وإدراك أقل . وبالمثل ، فمن لديهم هموم عميقة بشأن صحتهم يعطون للمضمون الذى يتعامل مع القضايا الطبية اهتماماً أشد مما يعطيه من لديهم رضا أكبر عن أنفسهم من الناحية الصحية .

ثانياً : وبأسلوب مشابه ، فإن الانتماء لفئات اجتماعية معينة يؤثر فى الاهتمام برسائل إعلامية معينة . وعلى سبيل المثال ، تلقى الإذاعات الدينية قليلاً من الاهتمام لدى العلمانيين الدنيويين من الجمهور بينما يستقبلها الورعون فى حماسة . وقد يتتبع ذوو التعليم والدخل المحدودين مشاهد المصارعة بحماس فى التليفزيون ، بينما غالباً ما يتجنب ذوو المال والتعليم الأعلى مثل تلك البرامج . وبالمثل ، فإن أهل الريف ، وأهل الحضر ، الذكور والإناث ، ومن ينتمون إلى فئات اجتماعية متوسطة الثقافة لهم أنماط سلوكية خاصة ويبدون فوارق مميزة بوضوح فى الاهتمام بمختلف أشكال المضمون الإعلامى .

ثالثاً : إن الذين أقاموا علاقات اجتماعية وطيدة يحتمل بدرجة أكبر أن يهتموا بموضوعات وقضايا يعرفون أنها ذات أهمية لأصدقائهم أو عائلاتهم ، وذلك أكثر من اهتمامهم بموضوعات غير ذات صلة باهتماماتهم هذه . وأكثر من ذلك ، يمكن أن تكون نماذج الصداقة مؤثرات قوية على الناس فى توجيه أو حتى إعادة توجيه عادات قراءتهم ، ومشاهداتهم للتليفزيون ، وسماعهم للإذاعات . بل يمكن أن تؤدى العلاقات

الاجتماعية إلى الاهتمام بمضمون إعلامى لا يحبه الفرد ! فكم من زوجة تكابد عند مشاهدة « مباراة كرة القدم مساء الاثنين » لتسعد زوجها ، وكم من رجل شاهد حلقات من « دالاس » لمجرد حفظ السلام فى الأسرة .

وهكذا ، فإن قاعدة الاهتمام الانتقائى ، والانتماء الفئوى ، والروابط الاجتماعية ذات المغزى تؤدى إلى نماذج من الاهتمام بمضمون معين فى وسائل الإعلام يرتبط بتلك العوامل .

(٢) *مبدأ الإدراك الانتقائى :* وهناك مبدأ أساسى ثان يعمل بنفس الأسلوب إلى حد كبير . وبسبب الفوارق فى تلك العوامل المتصلة بالمعرفة مثل الاهتمامات ، والعقائد ، والمعرفة السابقة ، والمواقف ، والحاجات ، والقيم ، فإن الأفراد سيدركون ــ أو يعزون المعنى ــ فعلياً إلى أى باعث مركب بطريقة مختلفة عن إدراك من لديهم هياكل معرفة مختلفة . وعلى سبيل المثال ، مقال معين فى جريدة ، أو فيلم سينمائى ، أو برنامج إذاعى ، أو عرض تليفزيونى . . يمكن أن يشاهده عدد من الأفراد وسيخلص كل منهم إلى تفسير مختلف نوعاً ما لما تعرضوا له . ويرمز الإدراك إلى النشاط النفسى الذى ينظم الأفراد من خلاله التفسيرات ذات المعنى للمؤثرات أو المنبهات الحسية التى يستقبلونها من بيئتهم . وتدفع التغيرات فى هيكل المعرفة الأفراد إلى تجميع نماذج مختلفة لمعنى وتفسير أى نموذج معين للمؤثرات أو المنبهات كعرض إعلامى مثلاً .

وعلى نفس الوتيرة ، فإن أعضاء فئات اجتماعية محددة ممن يدعمون سلوكيات خاصة سينسبون نماذج مميزة من المعنى إلى مضمون إعلامى محدد . فالسود ، على سبيل المثال ، غالباً ما يفسرون قصص الأنباء عن ، عقوبة الإعدام ، والعمل فى وظائف دنيا فى المطاعم ، والانقطاع عن المدارس ، وغيرها من القضايا الاجتماعية ذات الأثر على السود بأساليب تختلف عن تفسيرات البيض . كما أن قدامى المحاربين فى الحرب العالمية الثانية يقرأون معانى للرسائل الإعلامية عن الألمان واليابانيين تختلف عما يقرأه الشباب ممن لم يشاركوا فى هذا الصراع .

ويتأثر الإدراك الانتقائى ونسبة المعنى أيضاً بالعلاقات الاجتماعية . وقد يفسر الآباء ممن لديهم أطفال برنامجاً تليفزيونياً محدداً يتناول العنف أو الجنس بصراحة بمجموعة من الحساسيات تختلف عما يفعله من ليس لهم أطفال . وقد يقرأ العشاق معانى عميقة مشتركة فى الأغانى وأفلام السينما التى قد تدفع آخرين إلى التثاؤب .

وهكذا ، فإن قاعدة الإدراك الانتقائى هى أن من لديهم صفات نفسية متميزة ، وتوجهات سلوكية خاصة بفئات محددة ، وانتماءات إلى شبكة اجتماعية سيفسرون نفس المضمون الإعلامى بأساليب مختلفة . لقد ارتبط الإدراك الانتقائى بهذه المجموعات من المتغيرات فى آلاف الدراسات الموضوعية التى أجراها علماء الاجتماع ، وهو واحد من أهم العوامل فى فهم نظريات التأثير الانتقائى .

(٣) *مبدأ التذكر الانتقائى* : ويوجد وضع مواز فيما يتصل بالتذكر . فهناك أنواع معينة من المحتوى (الرسالة الإعلامية) لأنواع معينة من الناس يتم تذكرها بسرعة لوقت طويل . ولآخرين ، ممن لهم هياكل معرفة مختلفة ، وانتماءات فئوية ، وروابط اجتماعية ، فإن نفس المادة الإعلامية قد تُنسى بسرعة . وهكذا ، فإن مبدأ التذكر الانتقائى يوازى مبدأى الاهتمام والإدراك الانتقائيين . ولقد ترسخت هذه القاعدة أيضاً من خلال البحوث على مدى عشرات السنين .

(٤) *مبدأ التصرف الانتقائى* : وأخيراً ، فإن كل فرد لن يتصرف بنفس الأسلوب نتيجة التعرض لرسالة إعلامية معينة . والتصرف هو الحلقة الأخيرة فى السلسلة . وقبل أن يمكن حدوثه ، فإن أحد أفراد الجمهور يجب أن يهتم بالعرض الإعلامى ، ويدرك معناه ، ويتذكر مضمونه . وكل هذه الاستجابات ستكون معتمدة على التأثيرات المتداخلة للمتغيرات المعروفة ، ومنها الفئات وأساليبهم السلوكية الخاصة ، والروابط الاجتماعية مع آخرين .

ويبين الملخص السابق أن نظريات التأثير الانتقائى يمكن إجمالها بطريقتين . الأولى : بلغة طبيعة الظروف المتداخلة التى توجد بين المضمون الإعلامى واستجابات الناس . والثانية : بلغة المبادىء الأربعة للانتقائية التى تدفع الأفراد إلى الاهتمام بالرسائل الإعلامية ، وتفسيرها ، وتذكرها ، والتصرف بناء عليها كل ذلك بطرق مختلفة . وإذا جازفنا بالتبسيط الزائد ، فيمكن أن نضم هذه الأفكار ونجمل الافتراضات الأساسية لنظريات التأثير الانتقائى بلغة هذه الافتراضات :

(١) تنتج التغيرات فى هياكل المعرفة عند الأشخاص من تعلم التجارب فى البيئات الثقافية والاجتماعية .

(٢) تطور الفئات الاجتماعية فى المجتمعات المعقدة مجموعات صغيرة ذات أنماط

سلوكية مميزة حيث يتكر أفرادها ويتقاسمون معتقدات ، ومواقف ، ونماذج للتصرف تلبى احتياجاتهم وتساعد فى التغلب على مشاكلهم الخاصة .

(٣) يحتفظ الناس فى المجتمعات الحضرية الصناعية بعلاقات اجتماعية هامة مع العائلة ، والأصدقاء ، والجيران ، وزملاء العمل ، وهكذا .

(٤) الفوارق الفردية فى هياكل المعرفة ، والمجموعات ذات الأنماط السلوكية الخاصة فى كل فئة ، والعلاقات الاجتماعية بين أفراد الجمهور تؤدى بهم إلى نماذج انتقائية من الاهتمام ، والإدراك ، والتذكر ، والتصرف فيما يتعلق بأشكال محددة من المضمون الإعلامى .

وبالأخذ فى الاعتبار تعقيد صورة تأثيرات الإعلام التى تقدمها نظريات التأثير الانتقائى ، يقل العجب فى أن يبدو التنبؤ باستجابات أفراد الجمهور لأشكال مختلفة من المضمون الإعلامى مهمة صعبة جداً ومثبطة . ويقل العجب أيضاً فى أن المبادىء المؤثرة فى كيفية إقناع الناس بالتزام أشكال سلوكية معينة من خلال الإغراءات المقدمة عبر وسائل الإعلام غابت عن إدراك الباحثين الأوائل ، وحقاً لايزال ذلك يحدث بأساليب كثيرة .

ورغم ذلك ، وعلى الرغم من تعقدها ، فلا تزال نظريات التأثير الانتقائى تعطى أدلة سليمة فيما يتعلق بأنواع العوامل التى يجب بحثها تماماً قبل أن نصبح قادرين على فهم والتنبؤ بآثار الإعلام الجماهيرى على أفراد الجمهور . وهى لاتزال وثيقة الصلة بدراسة تأثيرات وسائل الإعلام اليوم مثلما كانت وثيقة الصلة بها خلال العقود التى كان يتم فيها تطويرها . إنه لحقيقى أنهم يضعون قائمة طويلة من المتغيرات المتداخلة بين وسائل الإعلام والجماهير . ولحسن الحظ ، فقد سبرت مئات من التجارب والفحوصات غور هذه المتغيرات فى الماضى ، وعلى الأقل تم فهم بعض التأثيرات . ومن المأمول أن يستمر الباحثون فى متابعة هذه الاستراتيجية النظرية لكى يمكن أن تتشكل هذه النظريات بطريقة أكثر فعالية .

ورغم أن نظريات التأثير الانتقائى تظل مباشرة جداً ، فهناك أيضاً استراتيجيات نظرية مباشرة تماماً ، تركز على متغيرات بنفس درجة الأهمية . وكما سنرى فى الفصلين القادمين ، فإن كلًا من عملية التكييف الاجتماعى ودور المعانى فى عملية الإعلام الجماهيرى يقدمان مناظير مختلفة جداً عن كيفية تأثير وسائل الإعلام فى جماهيرها .

الهوامش

1. W. W. Charters, *Motion Pictures and Youth* (New York: The Macmillan Company, 1934). This is a summary and overview of the Payne Fund studies, a large-scale research program conducted during the late 1920s.
2. R. J. Hernstein and E. G. Boring, *A Source Book in the History of Psychology* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1965).
3. Edwin G. Boring, *A History of Experimental Psychology* (New York: The Century Company, 1929). This is the most thorough work of its kind that sets forth the philosophical foundations of the discipline.
4. Hermann Ebbinghaus, *Memory*, trans. H. A. Ruger and C. E. Bussenius (New York: Teacher's College, 1913). First published in German in 1885. The learning and forgetting curves uncovered in this work are still regarded as valid guides to the functioning of human memory.
5. Edward L. Thorndike, "Animal Intelligence: An Experimental Study of the Associative Processes in Animals," *Psychological Monographs* 2, no. 8 (1898).
6. B. F. Skinner, *The Behavior of Organisms* (New York: D. Appleton Century, 1938). The title of this work reveals the comparative framework within which much of the early research on learning was conducted. The goal was to uncover laws of learning that applied to all living organisms, including human beings.
7. R. M. Yerkes and S. Margolis, "The Method of Pavlov in Animal Psychology," *Psychological Bulletin* 6 (1909), 257–73; See also Ivan R. Pavlov, *Conditioned Reflexes*, trans. G. V. Aurep (London: Oxford University Press, 1927). First published in Russian.
8. For a good summary of this area of psychology, see J. W. Donahoe and M. G. Wessells, *Learning, Language, and Memory* (New York: Harper & Row, 1980).
9. William McDougall, *Introduction to Social Psychology* (London: Methuen, 1908).
10. William I. Thomas and Florian Znaniecki, *The Polish Peasant in Europe and America*, 2nd ed., Vol. I (New York: Knopf, 1927), p. 22.
11. Melvin L. DeFleur and Frank R. Westie, "Attitude as a Scientific Concept," *Social Forces* 42 (October 1963), 17–31.
12. The World War II film experiments are presented in Carl Hovland, Arthur A. Lumsdaine, and Fred D. Sheffield, *Experiments on Mass Communication* (Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1949); the Yale program of research is fully reported in Carl Hovland, Irving Janis, and Harold H. Kelly, *Communication and Persuasion* (New Haven, Conn.: Yale University Press, 1953).
13. See Allen E. Liska, *The Consistency Controversy: Readings on the Impact of Attitudes on Behavior* (New York: John Wiley and Sons, 1975).
14. Gustave Le Bon, *The Crowd: A Study of the Popular Mind* (New York: The Viking Press, 1960). Originally published in French in 1895, translated in 1896, the work had undergone twenty-nine editions by 1922.
15. Emile Durkheim, *Suicide* (New York: The Free Press, 1951). First published

in French in 1897. This work represented an important turning point in sociology. It was the first large-scale quantitative study of a specific form of action.

16. George A. Lundberg, "Statistics in Modern Social Thought," in *Contemporary Social Theory*, ed. H. E. Barnes and F. Becker (New York: Appleton-Century, 1940), Chapter 6.
17. For a readable account of the development of major statistical techniques and theories during the nineteenth century, see James W. Tankard, *The Statistical Pioneers* (Cambridge, Mass.: Shenkman Publishing Company, 1984).
18. Frederic Le Play, *Les Ouvriers Europeens* (Paris: 1879) An English version appears in C. Zimmerman and M. Frampton, eds., *Family and Society* (New York: Van Nostrand, 1935).
19. For a more detailed explanation of the nature and importance of subcultures in modern societies, see Melvin L. DeFleur et al., *Sociology: Human Society*, 4th ed. (New York: Random House, 1984), pp. 164–72.
20. Examples of the early studies are: Douglas Waples, Bernard Berelson, and Franklin R. Bradshaw, "Why They Read," in *What Reading Does to People* (Chicago: University of Chicago Press, 1940); Bernard Berelson, "What Missing the Newspaper Means," in Paul Lazarsfeld and Frank Stanton, eds., *Communications Research, 1948–49* (New York: Harper and Brothers, 1949); Herta Herzog, "Motivations and Gratifications of Daily Serial Listeners," in Paul Lazarsfeld and Frank Stanton, *Radio Research, 1942–1943* (New York: Duell, Sloan, and Pearce, 1944). These studies and a number of other works from the 1940s based on selective influence factors and important in the uses and gratifications perspective are reprinted in Wilbur Schramm, *The Process and Effects of Mass Communication* (Urbana, Ill.: University of Illinois Press, 1954).
21. A good summary of this perspective, its literature, and its limitations is presented in Werner J. Severin and James W. Tankard, Jr., *Communication Theories*, 2nd. ed. (New York: Longman, 1988), pp. 300–310.
22. Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society," in *The Communication of Ideas*, ed. Lymon Bryson (New York: Harper and Brothers, 1948), pp. 37–51.
23. Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, and Hazel Gaudet, *The People's Choice* (New York: Duell, Sloan, and Pearce, 1944)
24. Elihu Katz, "Communications Research and the Image of Society: Convergence of Two Research Traditions," *American Journal of Sociology* 65, no. 5 (1960), 436.
25. Lazarsfeld, Berelson, and Gaudet, *The People's Choice*, p. 150.
26. A excellent summary of this process is contained in Elihu Katz, "The Two-Step Flow of Communication: An Up-to-Date Report," *Public Opinion Quarterly* 21, no. 1 (Spring 1957), 61–78.
27. A definitive work on opinion leadership and related issues is Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach* (New York: The Free Press, 1971).

الفصل ٨

التطور الاجتماعى ونظريات التأثير غير المباشر

إن أحد الملامح الكبرى لنظريات التأثير الانتقائى التى بحثناها فى الفصل السابق هو أنها تركز على الحاجز فى الزمان والمكان . وبمعنى آخر ، فإنها تحاول إلى حد ما أن تشرح ما يحدث للأشخاص فى نطاق الوقت الحالى ، وعندما تقدم وسائل الإعلام لجماهيرها أنواعاً معينة من البرامج والمعلومات والأخبار أو محتوى معيناً له صفات خاصة . وهذه النظريات لم توضع لكى تشرح التأثير بعيد المدى على الأشخاص ، أو لكى تفسر التأثيرات غير المباشرة لوسائل الإعلام على المجتمع وعلى الثقافة .

وهناك من الأسباب ما يدعو للاعتقاد بأن الأهمية والمغزى الحقيقيين لوسائل الإعلام فى المجتمع لا يكمنان فى تأثيرها الفورى على جماهير معينة ، فأهمية وسائل الإعلام هى فى تأثيرها غير المباشر ، والحاذق على المدى الطويل بالنسبة للثقافة الإنسانية ، وتأثيرها أيضاً على عملية تنظيم الحياة الاجتماعية . ويعتبر المجتمع والثقافة فى عملية تطور وتغير دائمين بسبب الأحداث المتلاحقة للتاريخ مثل الحروب ، وحالات الكساد التجارى ، والتقدم فى وسائل التقنية (التكنولوجيا) . وينعكس هذا على التغييرات فى المعتقدات التى يعتنقها أفراد المجتمع ، وفى سلوكهم ، ويتأثر فى بعض الحالات بها . وعلى المستويين الاجتماعى والثقافى ، فإن نشوء قواعد جديدة للتفاعل الاجتماعى ، أو تعديل

وتغيير القواعد القديمة ، يؤديان إلى ظهور توجهات جديدة للسلوك .

ومن المحتمل أن تكون الأشكال النظرية التى شرحناها فى الفصل السابق بلا قيمة كبرى فى التوصل إلى فهم دقيق للتأثيرات ذات المدى البعيد لوسائل الإعلام . فقد لاحظنا أن هذه النظريات تركز على النتائج الحالية التى تقع فوراً . كما أن هذه النظريات تم التوصل إليها باستخدام علوم مناهج البحث المستعارة من العلوم الطبيعية ــ أو علوم المعرفة الإنسانية التى تفترض أساليب عارضة للمتغيرات المستقلة وغير المستقلة فى سلوك الإنسان . وهذا الإطار يناسب تماماً دراسة العلاقات المباشرة والحالية بين الأسباب والنتائج ، ولكنه من الواضح أنه إطار يعطى مفهوماً على المدى القصير فقط . وللأسف فإننا لم نصل حتى الآن إلى وسائل متطورة ومتقدمة جداً للتعرف على النتائج بعيدة المدى وغير المباشرة ، وكذلك تقييم وتفسير هذه النتائج المترتبة على المشاركة فى نظم مختلفة للاتصال البشرى مثل تلك الموجودة فى المجتمعات التى تعتمد على الاتصال بالكلام مقارنة بتلك التى تعتمد على وسائل الإعلام .

وقبل النظر فى بعض النتائج المترتبة على التعرض طويل المدى لوسائل الإعلام ، فإنه من المفيد أن ندرك بالتفصيل لماذا أصبحت طرق البحث المعتمدة على العلوم الإنسانية ومناهج البحث المأخوذة من العلوم الطبيعية ركناً ثابتاً فى دراسة الآثار المترتبة على وسائل الإعلام . إن هذه المعرفة سوف تتيح لنا أساساً لكى نحاول أن نلقى النظر على المستقبل أو إلى الأمام . وقد نفهم منذ البداية أنه من الصعب جداً تصور أنواع مناهج البحث التى نحتاج إليها فى المستقبل لدراسة التأثيرات بعيدة المدى وغير المباشرة والذكية لوسائل الاتصال التى تعتمد على وسائل الإعلام الجماهيرية . وعلى أكثر تقدير ، فإننا لن نستخلص من هذا العرض والمراجعة سوى مناهج وخطط البحث التى لن تكون مفيدة لنا بالذات فى الوقت الذى تتحرك فيه إلى الأمام كل من النظرية والبحث معاً .

النظرة على المدى القصير فى مواجهة النظرة بعيدة المدى

هناك سببان رئيسيان وراء ارتباط نظريات التأثير الانتقائى لوسائل إعلام بهيكل زمنى

قصير المدى ، بدلاً من النظر أبعد مدى من ذلك . وأول هذين السببين أن هذه النظريات قد تولدت فى نطاق نموذج الإدراك الأساسى فى علم النفس . وهذا الأسلوب لا يهتم كثيراً بالتغيرات التى تحدث فى النشاط الاجتماعى للإنسان على مدى فترة طويلة من الزمن . والسبب الثانى أن هذه النظريات تم اكتشافها عن طريق استخدام وسائل بحث تناسب تماماً الكشف عن التأثيرات الفورية للمتغيرات المستقلة على العوامل غير المستقلة فى وقت معين بالذات . ولكنها لا تحاول الكشف عن تراكمات طويلة المدى للآثار التى تقع فيما بعد فى وقت متأخر .

قيود النموذج

وقد ناقشنا فى الفصل السابع الأسس التى بنيت عليها نظريات الخلافات والفوارق الفردية وأثرها فى التأثير الانتقائى لوسائل الإعلام على الجماهير . وقد تم استنتاجها أساساً من النموذج الأساسى للإدراك الذى تطور فى نطاق علم النفس . هذا النموذج نفسه يعتبر متغيراً من وجهة النظر الأساسية (التأثير والاستجابة) S-R فى السلوك الإنسانى الذى يعتبر الأساس لفهم علم النفس التاريخى والمعاصر . فالهدف الأساسى لعلم النفس ظل طوال أكثر من قرن محاولة فهم لماذا يستجيب الأفراد أو يتبعون سلوكاً معيناً أو يتكيفون مع طرق تعتبر نموذجاً لهم عندما يتعرضون لمؤثرات من بيئتهم الطبيعية أو الاجتماعية .

وبينما غير علم النفس تفسيراته النظرية بمرور عشرات السنين ، افترض العلماء أن هناك ألواناً مختلفة من العوامل المؤثرة التى تعمل بين جانبى الحافز والاستجابة عند التعبير عن ذلك . وفى تاريخ علم النفس افترض العلماء وجود ثلاث مجموعات مختلفة من العوامل التى تتدخل بين إدراك العامل المؤثر أو الحافز بواسطة الحواس ، وبين اختيار الشخص للاستجابة التى يراها ملائمة لهذا التأثير . وأول مجموعة من هذه العوامل هى تركيب القوى العقلية فى إدراك أو شعور الفرد . وأدى هذا إلى قائمة طويلة من الغرائز الموروثة التى افترض الباحثون أنها متشابهة إلى حد ما بالنسبة لجميع الأفراد . وفى الأزمنة الحديثة ، تم استبدال هذه المجموعة من العوامل بمجموعة أخرى من عوامل يطلق عليها عوامل تنظيمات المعرفة والإدراك . وبمعنى آخر ، فإن هناك مجموعة من صفات

الفرد « الكائن » تتدخل بين التأثير والاستجابة (S-R) وتؤثر فى الطريقة التى يتكيف بها الفرد ويستجيب للتأثير الذى تلقاه . وهكذا توصل علم النفس إلى افتراض جديد يعتمد على خط أساسى : المؤثر ـ ثم الفرد ـ ثم الاستجابة أو (S-O-R) . والفرد هنا (O) يمثل خصائص الكائن . وهكذا يمكن تفسير الاستجابات المختلفة للأفراد إزاء مجموعات معينة من المؤثرات .

ولقد رأينا أن نظريات التأثير الانتقائى تعتبر تنوعات لهذا الشكل الإدراكى . وهى تقرر أن الصفات الإدراكية والثقافية التحتية والاجتماعية للأفراد ، جميعها عوامل مميزة لعنصر الفرد (O) وهى تعمل كمؤثرات متداخلة فى استجابة الفرد للمؤثر . ويقال إن هذه العوامل تشكل نماذج انتقائية للانتباه أو الإدراك أو التذكر أو التصرف المكشوف للأفراد عند استجابتهم لوسائل الإعلام . وقد حاولت معظم الدراسات الأولى لوسائل الإعلام أن تستخدم هذه الصفات الفردية لشرح الاستجابات الفورية للأشخاص الذين يتأثرون بفيلم معين ، أو برسالة مطبوعة ، أو ببرنامج إذاعى .

قيود منهج البحث

والسبب الثانى الذى يؤكد أن نظريات التأثير الانتقائى تهتم أساساً بالآثار قصيرة المدى لوسائل الإعلام أن هذه النظريات تم التوصل إليها باستخدام مناهج بحث تناسب دراسة الآثار الفورية والمباشرة ، وليس العلاقات بعيدة المدى وغير المباشرة بين العوامل المتغيرة . وبشكل محدد ، فإن التجربة كانت منذ البداية أساس منهج البحث المفضل فى علم النفس . كما أن عينة من هذا الاستقصاء استخدمت لنفس الغرض فى علم الاجتماع .

إن تفضيل هذه التجربة (المؤثر والاستجابة) (S-R) فى علم النفس تأتى منذ الأيام الأولى لتنظيم البحث . فقد كانت العلوم المعترف بها فى ذلك الوقت تنظر بريبة كبرى إلى علم النفس ، وذلك لأن موضوع هذا العلم كان الظواهر « العقلية » مثل « الأفكار » و« العواطف » و« الذاكرة » . وفى هذا الوقت ، كانت الموضوعات التى يجرى بحثها صعبة ولا يفهمها إلا القليل من الباحثين ، كما أنها كانت سريعة الزوال ولا تدوم طويلاً . ولم تكن تعتبر أهداف مشروعة للدراسة بواسطة علماء جادين . والواقع أن من

كان يزعم أن هذه الموضوعات يمكن إخضاعها للتحليل العلمى كان ينظر إليه فى بعض الدوائر العلمية على أنه يمارس بخطورة نوعاً من الدجل ، وأنه لا يختلف عن التعامل مع الأشباح والأرواح والسحر الذى كان يمارسه الدجالون .

وللتغلب على هذه الوصمة ، صمم علماء النفس أن يفعلوا شيئين : أولهما أنهم لجأوا ، كوسيلة للانتقام ، إلى التجربة ، ذلك لأنهم كانوا يعتقدون أنها الوسيلة الوحيدة الصحيحة للتوصل إلى استنتاجات يمكن الوثوق بها حول موضوع البحث . فقد كانت التجربة هى الطريقة المقبولة للعلوم الطبيعية والبيولوجية المستقرة . ولهذا السبب ، أصبحت التجربة وسيلة هامة يستطيع علماء النفس عن طريقها إقرار شرعية ميدان بحثهم داخل نطاق نظام البحث العلمى . ومازال هذا الاعتقاد سائداً إلى حد كبير حتى يومنا هذا .

والشىء الثانى ، أنه فى بداية هذا القرن ، ولأسباب مشابهة إلى حد كبير ، اقترح جون واطسون الالتزام الصارم بقواعد السلوك . وجوهر هذه العقيدة أن البيانات المشروعة الوحيدة التى يمكن عن طريقها استخلاص النظريات التى توضح السلوك الإنسانى لابد أن تأتى عن طريق الملاحظة المباشرة للتصرفات العلنية للأشخاص . وأية تفسيرات تفترض مفاهيم « عقلية » (مما لم يتم ملاحظتها مباشرة) ، لشرح أسباب السلوك الإنسانى تعتبر غير مقبولة بالمرة . وأدت مثل هذه المواقف ووجهات النظر إلى تحقيق قبول واسع فى علم النفس .

وقد أدت نظرية الالتزام الصارم بمراقبة السلوك ، منذ أمد طويل ، إلى تعديل فى النظرية أو ما يسمى بنظرية السلوكية الجديدة . وهى تقبل فعلاً تلميحات إلى مفاهيم يمكن ربطها عن قرب مع الملاحظة المباشرة (مثل عوامل المعرفة) . وحتى بالرغم من ذلك فإن عدداً كبيراً من علماء النفس مازالوا متشككين فيما يتعلق بأية استنتاجات ليست ناتجة عن الملاحظة المباشرة . وعلى سبيل المثال ، فإن التقارير الشفوية من الأشخاص عن أحوالهم النفسية الداخلية كانت تسمى « الاستبطان » أو « النظرة إلى الداخل » فى العهود الأولى . وكانت تعتبر غير ذات قيمة علمية . وحتى اليوم ، فإنه مثل هذه التقارير لا تمنح سوى القليل من الوضع العلمى عند بعض علماء النفس . وعلى سبيل المثال ، مازال الجدل مستمراً حول قيمة الملاحظة « الإكلينيكية » التى لا يتم إجراؤها داخل نطاق تجريبى . وحتى « الاختبارات العقلية » مثل تحديد ملامح الشخصية أو اختبارات

قياس مستوى الذكاء « IQ » التى تتطلب من الأشخاص أن يفحصوا معتقداتهم ، وأن يقدموا تقارير شخصية عنها ، مازالت محل جدل فى بعض الدوائر . ولهذا ، فإن الملاحظة المباشرة للسلوك الشخصى ، والاتجاه التجريبى لدراسة هذا السلوك ، مازالا الوسيلتين الشرعيتين للتوصل إلى المعرفة الصحيحة .

ويعتنق كثيرون من علماء الاجتماع مثل هذه الأفكار ، رغم أنه منذ النظرة الأولى لا تتضح أوجه التشابه . فالمشكلة فى علم الاجتماع أنه من الصعب (أو من المستحيل بكل بساطة) وضع خطة تجارب لدراسة خصائص وسلوكيات الجماعات الكبيرة ، والمجتمعات التى تعتبر فى أغلب الأحوال أكثر الوحدات التى لها أهمية فى الملاحظة عند علماء الاجتماع . وللتحايل على هذه المشكلة لم يتخل علماء الاجتماع عن استراتيجية التجربة ، ولكنهم قدموا مناهج بحث بديلة تتضمن نفس المنطق . وبهذه الوسيلة شعر علماء الاجتماع أنهم يستطيعون الاحتفاظ بمطلبهم فى الوضع العلمى لأبحاثهم .

وقد أمكن معالجة المشكلة بالطريقة التالية : كان المطلوب البحث عن بديل للتجربة ، وفى نفس الوقت يحتفظ هذا البديل بمزايا التجربة . إن من مزايا التجربة أن تأثير المتغيرات غير الجوهرية يمكن التحكم فيها ، كما يمكن إجراء ملاحظات تجريبية حول العلاقة بين المتغيرات المستقلة وغير المستقلة . ويمكن توفير درجة عالية من الرقابة لأن الباحث يستطيع أن يتحكم مباشرة فى الظروف التى يتعرض لها الأشخاص فى التجربة ، ويستطيع إما أن يستبعد تماماً أويقلل من العوامل التى يمكن أن تؤثر فى النتائج وتؤدى إلى استنتاجات خاطئة .

وحتى يحصل علماء الاجتماع على هذه المزايا توصلوا إلى « استقصاء العينة » كطريقة تجريبية للملاحظة . وبعدها تبنوا استراتيجيات إحصائية معقدة ــ مثل التحليل الارتدادى ، والرباط الجزئى أو الكلى ، وتحليل المتغير ، وإحصائيات أخرى عديدة لحل مشكلة الرقابة والسيطرة . هذه الوسائل الإحصائية جعلت من الممكن استخراج العلاقة الكمية بين المتغير المستقل والمتغير التابع عند تقدير ومعرفة تأثير العوامل الأخرى .

وقد ظلت استراتيجيات المذهب التجريبى ، والكمى ، والإحصائى ، من أسس مناهج البحث التى يختار منها علماء الاجتماع ما يناسبهم . ويستخدم بعض علماء الاجتماع أبحاثاً « كيفية » فى دراسات المتغيرات الاجتماعية مثل البحث بطريقة « الملاحظة بالمشاركة » و« الدراسات الميدانية » . ولكن هذه الأبحاث مازالت محل

جدل . فهى ينقصها الاحترام الذى تحظى به الأبحاث الكمية ، كما أنها ليست من بين مناهج البحث الرئيسية فى علم الاجتماع . وفى غمرة حماسهم لكى يكونوا « علميين » فقد نسى علماء الاجتماع وغيرهم ممن يستخدمون الاستقصاءات واستطلاعات الرأى التساؤلات القديمة حول الطبيعة الاستكشافية لملاحظاتهم . إن التحليلات المعقدة ، ذات المتغيرات العديدة ، والإحصائية التى تجرى اليوم بمساعدة الحاسبات الآلية « الكمبيوترات » ذات الطاقة الكبرى تبدو مؤثرة ، و« علمية » إلى حد كبير ، ولكن البيانات التى يتم تغذيتها فى هذه البرامج الإحصائية مازالت مبنية على أساس ظاهرة « الاستبطان أو النظرة إلى الداخل » ، أى على أساس سؤال الناس فى المقابلات بما يشعرون أو بما يعتقدون ، أو ما الذى فعلوه سابقاً ، أو ماذا يتوقعون فى المستقبل .

إن هدفنا من وراء ملاحظة أن علم النفس يفضل التجربة إلى حد كبير ، وأن علم الاجتماع يفضل البديل الإحصائى المعقد ، هو أن نظهر أن كلا الاستراتيجيتين فى مناهج البحث تفيدان فقط لدراسة السلوك فى المنظور القصير المدى . فالتجربة تكشف ما يفعله الناس فى نطاق الظروف المعينة التى تفرضها خطة التجربة . وبالمثل ، فإن الإحصاء أو الاستقصاء يقدم وصفاً للسلوك الإنسانى ينطبق مرة واحدة فقط تحت الظروف التى كانت سائدة فى أثناء إجراء المقابلة . ومن الصعب استخدام إحدى الطريقتين لدراسة التغيرات فى السلوك فى أثناء فترات طويلة من الوقت . وهكذا ، فإن النموذج النظرى الذى تعتمد عليه نظريات التأثير الانتقائى ، وطرق البحث التى استخدمت لتطويرها ، حدد سريان هذه النظريات داخل نطاق منظور قصير الأمد ، وللبحث عن الآثار المباشرة والفورية للتعرض لوسائل الإعلام .

وعندما فشل البحث المبنى على أساس هذه النماذج ، وكذلك طرق البحث ، فى التوصل إلى التأثيرات الفورية والهامة للتعرض لمحتوى وسائل الإعلام ، نسب قليل من الباحثين هذه النتائج غير الهامة إلى طبيعة النظريات التى كانوا يسيرون عليها فى أثناء البحث ، أو إلى مناهج البحث التى كانوا يستخدمونها . وبدلاً من ذلك ، فقد توصلوا إلى استنتاج يقول إن وسائل الإعلام لها تأثير ضئيل فى تعديل السلوك الإنسانى . ولم يدرك العلماء إلا مؤخراً أن نظريات التأثير الانتقائى لا تذكر سوى القليل عن

التأثيرات ذات المدى البعيد على الأشخاص ، وعن التعرض المستمر والتراكمى للمحتوى الإعلامى ، أوعن التأثيرات غير المباشرة على الثقافة والمجتمع . وكذلك أمكن أخيراً فقط إدراك أن هذه هى بالضبط أنواع التأثيرات التى يمكن أن تكون أقوى المؤثرات فى المدى البعيد .

وفى الأجزاء التالية سوف نستعرض خلفية وطبيعة النظريات التى تتعلق بالمفاهيم ذات المدى الطويل ، والتأثيرات غير المباشرة التى تتحقق للفرد وللمجتمع . وأحد هذه المفاهيم العريضة ، والذى يوفر لنا إطاراً تنظيمياً يمكن أن ندرس داخل نطاقه التأثيرات بعيدة المدى وغير المباشرة لوسائل الإعلام ، هو مفهوم تطور المجتمع . إنه تعبير أشبه بمظلة ، يتضمن نواحى عديدة من هذه العملية التى يتم عن طريقها تشكيل المعتقدات ، والمواقف ، وسلوك أعضاء المجتمع ، وذلك عن طريق النظم « الاجتماعية الثقافية » التى يشاركون فيها . وإحدى نواحى المشاركة فى النشاط الاجتماعى يركز مباشرة على أجهزة الاستجابة الشخصية للفرد ــ كيف يكتسب هذا الشخص أشكالاً جديدة للتصرف ، أو أفكاراً جديدة تعدل أو تغير من طريقته (أو طريقتها) المعتادة للاستجابة للبيئة المادية أو الاجتماعية . وهناك ناحية أخرى للنظرية الاجتماعية ينظر فيها إلى الأفراد داخل نطاق إطار من التفاعل الاجتماعى ، وذلك لفهم كيف يستعدون للانضمام إلى الجماعات المنظمة والمشاركة فى نشاطها ، وكيف يصلون إلى تحولات شخصية فى خلال دورة حياتهم .

وسائل الإعلام كعامل مساعد فى التطور الاجتماعى للفرد

كان الفيلسوف أفلاطون أول من قدم لنا تفسيراً تفصيلياً لعملية التطور الاجتماعى . ففى كتابه « الجمهورية » قدم لنا خطة لضمان أن يحصل قادة المجتمع على أفضل الصفات ، وذلك من خلال التدريب المنهجى المنظم لقادة مجتمعه المثالى [1] . وفى الأزمنة الحديثة كان التركيز على التطوير بعيد المدى للإنسان منذ الطفولة وحتى العمر المتقدم وذلك فى الدراسات التى تجريها جميع العلوم الأساسية الاجتماعية وذلك منذ أن ظهرت بدايات هذه العلوم فى القرن التاسع عشر .

طبيعة التطور الاجتماعى للفرد

لاحظنا من قبل أن التطور الإنسانى كان ينظر إليه من مفهوم بيولوجى وسلوكى . واليوم يعتبر العلماء أن هذين المصدرين للطبيعة الإنسانية يعتمد كل منهما على الآخر . فبينما يتغير الأفراد بيولوجياً من مرحلة الطفولة إلى البلوغ ثم إلى المرحلة المتقدمة من العمر ، فإنهم يتغيرون أيضاً نفسياً واجتماعياً . وبينما يمر الأفراد عبر دورة الحياة ، فإنهم يجدون ان عليهم أن يؤدوا أدواراً جديدة ، وأن يتقبلوا أحوالاً مختلفة ، وأن يغيروا مسئولياتهم ، وان يعدلوا من طريقة تفكيرهم فى أنفسهم .

وفى المجتمعات التقليدية ، فإن مراحل دورة الحياة تتميز بوضوح بطقوس مختلفة للمرور خلالها . وتحدد العائلة ما تتضمنه كل مرحلة من هذه الطقوس . وقد تحددها القبيلة أو المجتمع ككل . هذا النظام يوفر تحولاً منظماً وإعداداً لائقاً للفرد للانتقال من مرحلة إلى أخرى من مراحل الحياة . ولكن فى المجتمعات الصناعية المعاصرة فى الحضر ، فإن هذه العملية ليست واضحة تماماً . إن مصادر المعلومات المتنافسة والمتعارضة غالباً ، والتى تتراوح ما بين الكبار والشركات المساهمة ، تتنافس من أجل لفت انتباه الفرد لإمداده بالتعريفات والتوجيهات اللازمة لكى يقلد هذا السلوك أو ذاك ، ولكى يعرف أى قواعد للتصرف هى المهمة ، وأى معنى يمكن أن ينسبه للأحداث . وتظهر وسائل الإعلام بوضوح بين هذه المصادر المتنافسة للمعلومات التى تؤثر فى الفرد . وفى المجتمعات الحديثة ، أصبحت وسائل الإعلام لا مفر منها ، وموجودة فى كل مكان ، ومصدراً إجبارياً لتحديد كيف يتصرف الأفراد . ولهذا السبب ، فإن دراسة تأثيرها على المدى البعيد على عملية التطور الاجتماعى لابد من دراسته .

ما هو التطور الاجتماعى بالضبط ؟ نستطيع أن نبدأ الإجابة عن هذا السؤال بتذكر مناقشتنا السابقة للحوار الكلاسيكى حول الطبيعة والرعاية . والسؤال المطروح كان : ما هى المصادر التى حصل منها الفرد على هذه الصفات التى جعلت الإنسان يختلف عن الحيوانات الأخرى . وعلى وجه الخصوص ، كان السؤال يدور حول : هل تعلمنا أم ورثنا الشخصية الإنسانية ـ هذا التنظيم الداخلى النفسانى الفريد الذى يدخل فى تركيب الطبيعة الإنسانية لكل فرد . ورغم أن الحوار حول هذا الموضوع خفت حدته ، ووضحت معالم الدور الحيوى للتعلم ، إلا أن السؤال مازال حيوياً . فكيف يتم إعداد

الفرد خلال فترة من السنوات لكى يصبح ويظل عضواً مشاركاً بالكامل فى المجتمع ؟ وبمعنى آخر : ما هى المصادر ، وما هى التجارب التى تجعل كلاً منا يكتسب كل هذه التوجهات الداخلية ، والسيطرة على النفس ، والفهم الذى يمكننا من تفسير ما يجرى حولنا فى العالم بطرق لها مغزاها ، وأن نتجاوب مع بيئتنا المادية ، وأن ننتسب إلى الآخرين بطريقة مقبولة لزملائنا من بنى الإنسان ؟ الإجابة عن ذلك أن هذا كله يتم عن طريق النشاط أو التطور الاجتماعى .

ولهذا ، فإن تعبير التطور الاجتماعى هو تعبير واسع المعنى . فهو مسمى لشىء معقد ، ولمجموعة من المبادلات الاتصالية ذات المدى البعيد والأبعاد المتعددة بين الأفراد والعوامل المختلفة للمجتمع التى تؤدى إلى إعداد الفرد للحياة فى بيئة « اجتماعية ثقافية »[٢] . ومن منظور الفرد ، فإن التطور الاجتماعى يزودنا بالوسيلة لكى نتصل بالآخرين ، ولكى نفكر ونحل مشاكلنا باستخدام طرق مقبولة فى مجتمعنا . وعموماً ، فإنه يزودنا بالوسيلة لكى نصل إلى تأقلمنا الفريد مع بيئتنا الشخصية . ومن وجهة نظر المجتمع ، فإن التطور الاجتماعى يجعل أفراد المجتمع متجاوبين بما فيه الكفاية مع قواعد المجتمع حتى يمكن الاحتفاظ بالنظام الاجتماعى ، وبالتنبؤ بما يمكن أن يحدث ، وبالاستمرارية .

التطور الاجتماعى والفرد

ولقد اهتمت كل العلوم الاجتماعية الكبرى بالتطور الاجتماعى من مناظير متعددة ومختلفة ، ولكنها تكمل بعضها البعض[٣] . وكل واحد من هذه المناظير يعتبر هاماً لمعرفة كيف تساهم وسائل الإعلام فى عملية التطور الاجتماعى :

فعلماء *علم الإنسان* يستخدمون تعبير « التثقيف » للإشارة إلى عملية الاكتساب التى يستطيع أفراد المجتمع الجدد عن طريقها أن يطوروا داخلياً كل نواحى ثقافتهم . ولا يتضمن هذا العادات والتقاليد داخل محيط عائلاتهم فقط ، بل اللغة أيضاً ، واستخدام الأدوات المادية ، وكل الأساطير ، والمعتقدات المشتركة ، والفولكلور أو الفنون الشعبية المشتركة . وإذا انتقل الناس من مجتمع لآخر ، وتمت إعادة للتطور الاجتماعى أو التكيف مع المجتمع الجديد ، فإن العملية هنا تسمى « الاستيعاب » .

وهنا تستطيع وسائل الإعلام أن تلعب دوراً فى توضيح طبيعة النظام الاجتماعى الجديد للطفل أو للمهاجر حتى يدرك وسائل المجتمع الذى استضافه .

وعلماء النفس يميلون إلى النظر إلى عملية التطور الاجتماعى على أنها « تعلم الإنسان كيف يسيطر على طاقاته الفطرية » والتى إذا أطلق لها العنان بدون أية ضوابط ستؤدى إلى سلوك غير مقبول اجتماعياً ومعطل . وكمثال توضيحى لنظرة عالم النفس لعملية التطور الاجتماعى ، نستطيع أن نجدها فى نظريات التحليل النفسى للعالم النفسى سيجموند فرويد . فقد قام فرويد بتحليل تنظيم شخصية الإنسان بمقياس ثلاثة عناصر أو مكونات هى : الأنا ، والأنا الأعلى ، والـ هو أو اللاشعور . وكان فرويد يعتقد أن هذه العناصر الثلاثة للطبيعة الإنسانية تتنافس باستمرار للسيطرة على تصرفات الفرد[٤] . وطبقاً لنظرية فرويد ، فإن الـ « هو » (id) أو اللاشعور هو الجزء الذى يبحث عن اللذة فيما أسماه فرويد بالنفس (psyche) . ويتكون اللاشعور من الدوافع الفطرية ، ومن بينها دوافع الإرضاء أو الإشباع الجنسى . أما الأنا الأعلى (superego) ، فهو هذا الجزء من الشخصية الإنسانية الذى تكمن فيه القواعد الأخلاقية للمجتمع ، وهو ما يشار إليه عادة بكلمة « الضمير » . أما الأنا (ego) ، فهو جزء الشخصية الذى يوفر للفرد الإدراك الواعى بالسلوك الذى يقدم عليه ، والذى يصدر توجيهاته لهذا السلوك . وعند توجيه هذا السلوك ، فإن هذا الجزء من النفس هو الذى يتوسط بين متطلبات اللاشعور التى تكمن فى الـ (id) ، وبين القيود التى يفرضها الأنا الأعلى (superego) على التصرفات حتى يصبح السلوك مقبولاً من المجتمع . ويقال إن الأنا (ego) يتوصل إلى حل للتعارض بين الاثنين ـ وعلى سبيل المثال ، فإنه يوجه طاقات الـ « هو » أو اللاشعور (id) إلى أشكال من السلوك لا تتسبب فى استنكار المجتمع . وفى نطاق هذا المفهوم ، فإن التطور الاجتماعى ، ومشاركة الفرد فى نشاط المجتمع ، يمده بمعرفة القواعد المقبولة للسلوك الاجتماعى ، ويحدد له السلوك المنحرف الذى يجب أن يبتعد عنه . وعلى هذا الأساس ، فإن مهمة المدنية أو الحضارة عند تدريب الطفل ـ كما يقول فرويد ـ هى « أن تحبس الوحش الموجود فى داخل الإنسان » . وبمعنى آخر ، فإن التطور الاجتماعى يشجع الفرد على أن يقبل مقاييس المجتمع للخطأ والصواب ، وأن يسيطر على الميول الفطرية الكامنة التى تطالبه بإشباع المتعة ، والتى قد تؤدى إلى فوضى واستنكار من المجتمع .

ولا يوافق كل علماء النفس على تفسيرات فرويد ، ولا على أية أشكال أخرى لنظرية التحليل النفسى . ورغم ذلك ، فإن المبادىء الأساسية للتحديدات النفسية لعملية التطور الاجتماعى للفرد قد وضحت هكذا : إن الدوافع غير المقبولة اجتماعياً لابد من السيطرة عليها ، وما يمليه المجتمع من قواعد أخلاقية يجب تعلمها ، كما أن تصرفات الفرد كل يوم تتضمن التفرقة بين الاثنين وحل التعارض بينهما بطريقة يرضى عنها المجتمع .

والسؤال الآن هو : ما هو الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام ، كعامل فى عملية التطور الاجتماعى ، فى تحقيق هذه الأهداف الحساسة ؟ وهل يساعد التعرض للمحتوى الإعلامى الأفراد على السيطرة على رغباتهم الأساسية ونزعاتهم الفطرية ، أم أنها تشجعهم على السعى وراء إشباع لذاتهم ومتعتهم بطرق غير مقبولة ؟ وهل تقوم وسائل الإعلام بتعليم الناس المقاييس الأخلاقية التى يقبلها المجتمع ، أم أنها تقدم لهم أشكالاً مشوهة من السلوكيات قد تؤدى بالأفراد إلى تصادم مع الأغلبية الممثلة لقواعد المجتمع ؟ . إن الأبحاث التى أجريت على وسائل الإعلام والتى تركز على تصوير العنف الزائد عن الحد ، والسلوك الجنسى المنحرف ، والنشاط الإجرامى ، والمخدرات غير المشروعة ، والموضوعات الأخرى السلبية فى المجتمع ، وخصوصاً تلك التى تؤثر فى الأطفال ، هذه الأبحاث تعتبر طريقة قياسية لمحاولة معرفة التأثيرات الاجتماعية على المدى البعيد لوسائل الإعلام .

أما علماء الاجتماع ، فيركزون على أن عملية التطور الاجتماعى تعد الأفراد « للمشاركة فى حياة الجماعة » . وهنا نجد أن التركيز يهتم بالذات بموضوعين : أولهما الطريقة التى يحصل بها الناس على المعرفة التى يحتاجونها فعلاً حتى يصبحوا أعضاء فى جماعة معينة مثل الأسرة أو المدرسة ، أو البحرية ، أو النادى ، أو جماعة العمل .. وهكذا . والثانى هو إمداد الأفراد بفهم أوسع لأنواع عديدة من الجماعات يتألف منها مجتمعهم . وقد لا يصبحون أبداً أعضاء فى بعض هذه الجماعات ، ولكن يجب أن يتعاملوا معها فى بعض المناسبات المختلفة . وعلى سبيل المثال : المستشفيات والبنوك والوكالات الحكومية ، وشركات التأمين ، وفرق كرة القدم ، وإدارات البوليس ، وغيرها من الجماعات .

إن هذه دروس معقدة . وهى تعنى أنه لكى يساير الفرد جماعة ما ، وحتى بالنسبة

للمجتمع ككل ، فإن كلاً منا عليه أن يحمل فى رأسه مجموعات تفصيلية لما قد يتوقعه عندما يتعامل مع هذه الأشكال العديدة المختلفة من الجماعات التى يتشكل منها المجتمع . ولا نستطيع أن ندخل بنكاً أو سوبرماركت أو معبداً ، أو المكان الذى نعمل فيه ، أو حتى أسرتنا ، إلا إذا استوعبنا هذه التوقعات التى تساعدنا فى معرفة ما قد يفعله الناس ، وفى أن نشارك بسهولة فى النموذج الخاص بكل جماعة من النشاط الاجتماعى .

والناس يحتاجون أيضاً إلى معرفة ما يجرى فى داخلهم . فهم يتغيرون من أطفال إلى مراهقين ، ومن شباب إلى منتصف العمر ، ومن كهول نشطين اجتماعياً إلى أشخاص يقتربون من سنواتهم الأخيرة . وكل مرحلة من هذه المراحل تتطلب مفهوماً جديداً للنفس . وإلا فما الذى يعنيه فى مجتمع معين أن تكون شاباً أو فى منتصف العمر أو متقدماً فى السن ؟ إن هذه التحديدات والنظر إلى النفس فى مراحلها المختلفة يمكن اكتسابها من خلال عملية التطور الاجتماعى . إنها موجودة من قبل كجزء من ثقافتنا العامة ، وكل مرحلة جديدة يمكن للفرد أن يستوعبها كلما اقترب منها ودخل فى ثناياها .

وتقوم وسائل الإعلام فى المجتمعات الحديثة بتقديم دروس عديدة يومياً حول كل هذه الموضوعات . إن صور الشباب ، والمتقدمين فى العمر ، وصور النساء والرجال ــ سواء كانت حقيقية أم زائفة ، مشوهة أم واقعية ، صواباً أم خطأ ــ يتم تقديمها وتكرارها فى المحتوى الإعلامى الذى يتعرض له الناس باستمرار يوماً بعد يوم . والتأثير بعيد المدى لمثل هذا التعرض والتجارب بالنسبة للفرد يجب بكل وضوح أن يتم دراستها وفهمها .

التطور الاجتماعى والمجتمع

إن عملية التطور الاجتماعى للفرد تعتبر أساسية لبقاء المجتمع كنظام ثابت ومستمر . ورغم التغير الثابت والمستمر لعضوية هذا المجتمع من خلال المواليد والوفيات ، فإن النظام يستمر . وهذا ممكن لأن أسس التنظيم الاجتماعى ، والثقافة العامة يتم نقلها إلى الأجيال المتعاقبة عن طريق عملية التطور الاجتماعى للفرد ومشاركته فى نشاطه .

إن تدريب أعضاء المجتمع الجدد على استخدام اللغة وتحديداتها لماهية المجتمع يمكن هؤلاء الأعضاء من المساهمة فى التفسيرات المشتركة أو التقليدية لعالم الواقع

الخارجى . وعن طريق هذه القدرة على الاتصال ، فإن الأعضاء الجدد يعتادون الطرق التى يلجأ إليها الناس عادة فى تصرفاتهم ، ويتعلمون القيم المتفق عليها ، والحكمة المقبولة لدى الجماعة ، والمعتقدات الشائعة التى تمكن الناس من الانتساب لكل منهم فى المواقف الاجتماعية المعتادة ، وبمعنى آخر ، فإن عملية التطور الاجتماعى للفرد تؤدى إلى أن أعضاء الجماعة ينظرون إلى أشياء عديدة ويأخذونها على أنها شىء مسلم به . كما أنهم يصلون إلى نفس الافتراضات حول النواحى المتعددة لنظامهم الاجتماعى ، ويستخدمون وسائل مقبولة عندما يتعاملون مع بعضهم البعض . وإذا لم يتم ذلك ، وإذا أصبحت ملامح هذه الحياة الاجتماعية غير واضحة أو مشوشة ، فإن التفاعل الاجتماعى المتوقع والصحيح يصبح أقل احتمالاً . ولهذا ، فإنه من المهم اكتشاف الوسائل التى تستطيع وسائل الإعلام الجماهيرية عن طريقها أن تطور وتعدل من الأسس المشتركة للنماذج الثابتة للتفاعل الاجتماعى .

إن البحث السابق عن التطور الاجتماعى للفرد ، وأهميته للفرد وللمجتمع ، والدور الهام الذى يمكن لوسائل الإعلام أن تلعبه ، يقدم لنا صورة معقدة ، ورغم ذلك ، فهناك ملامح معينة مشتركة وموجودة فى الطريقة التى ينظر بها كل علم من العلوم الاجتماعية لعملية التطور الاجتماعى للفرد . وسواء كان التركيز على سيطرة الفرد على نوازعه النفسية الداخلية ، أو تدريبه لفهم الجماعات ، أو استيعابه طريقة حياة مجتمع بأسره ، فإن هناك خمسة عناصر رئيسية تبرز هنا . والواقع أن تلك الصور لعملية التطور الاجتماعى تهتم بالطريقة التى يتم بها تحويل الأشكال المختلفة للثقافة والتى تعتبر عناصر خارجية بالنسبة للفرد مثل المعتقدات المشتركة ، وطرق الحياة التقليدية ، واللغة ، وقواعد الحياة الأخلاقية ، والأشكال المختلفة للمهارات . . كيف يتم تحويلها إلى أجزاء داخلية ضمن التنظيم النفسى للفرد . كما أن كل علم من العلوم الاجتماعية يفترض أن ذلك يتم من خلال عملية التعلم ، سواء كانت متعمدة أم غير مخططة ، وأن هذا التعلم يتم نتيجة للعوامل الاجتماعية التى تؤثر فى الفرد . وبمعنى آخر ، هناك أنواع مختلفة للعوامل المساعدة الرسمية وغير الرسمية تعمل كمعلم قد يحس به الفرد وقد لا يشعر به . هذه العوامل المساعدة قد لا تكون مخططة ، كما نلحظ فى حالة النفوذ العادى للعائلة على الأطفال . وقد تكون مصممة عمداً بواسطة المجتمع مثلما نرى فى حالة المدارس . وبالإضافة إلى ذلك ، هناك عوامل أخرى تمارس وظيفتها كمعلم للفرد بالصدفة ،

وبدون إعلان وبلا إحساس من جانب الفرد .

والنقطة الهامة هنا هى أنه من بين هذه العوامل غير المقصودة لتعليم الفرد فى المجتمع الحديث ، فإن وسائل الإعلام الجماهيرية يبدو أنها تلعب دوراً تتزايد أهميته فى هذا المجال . وحتى الآن لم يفهم الباحثون كثيراً هذا الدور ، كما أنه قد يساء تقدير دور وسائل الإعلام ــ وهذا أمر خطير . إن أبحاث الماضى المبنية على أساس طرق البحث التى تعتمد على « السبب والنتيجة » ، وعلى افتراضات قصيرة المدى ، لم تفعل سوى القليل لتوضيح الموقف . ولهذا السبب ، فإن هناك احتمالاً قوياً لأن تلجأ الأبحاث فى المستقبل إلى التركيز بازدياد على مسائل تتعلق بالتأثيرات ذات المدى البعيد وغير المباشرة على الأفراد وعلى المجتمع . ولقد حدثت فعلاً بداية قوية . وفى بقية هذا الفصل ، سوف نستعرض بعض هذه البدايات .

نظرية النموذج

إن نظرية النموذج كانت مساهمة كبرى فى فهم الطريقة التى تستطيع وسائل الإعلام عن طريقها أن تلعب دوراً فى عملية التطور الاجتماعى للفرد . ورغم أن ألبرت باندورا صاحب هذه النظرية لم يطلق عليها هذا الاسم ، فقد توصل إليها هو ومساعدوه فى الستينيات من هذا القرن (١٩٦٠) كجزء من نظرية أشمل للتعلم الاجتماعى [*] . وحتى نستطيع فهم أبعادها وتطبيقها على دراسة وسائل الإعلام الجماهيرية ، فإنه من الضرورى أن يتوفر لدينا قدر أساسى من المعرفة عن نظرية التعلم الاجتماعى نفسها .

نظرية التعلم أو الملاحظة الاجتماعية

إن نظرية التعلم الاجتماعى (أو الملاحظة الاجتماعية) ليست بالتحديد سرداً للتعلم عن طريق التعرض لوسائل الإعلام ، ولكنها شرح عام لكيفية اكتساب الناس أشكالاً جديدة من السلوك . وقد أطلق عليها نظرية « اجتماعية » لأنها تحاول أن تشرح كيف يلاحظ الأفراد تصرفات الآخرين ، وكيف يتبنون هذه النماذج من التصرفات كطرق

شخصية للاستجابة للمشاكل أو الظروف أو الأحداث التى تصادفهم فى حياتهم .

وبالرغم من طبيعتها العامة ، فإن نظرية التعلم الاجتماعى بالذات مناسبة لدراسة وسائل الإعلام الجماهيرية لأن تصوير أو وصف الحياة الاجتماعية يعتبر موضوعاً غالباً فى معظم المحتوى الإعلامى . فالممثل الذى يقوم بأدوار تصور أشخاصاً حقيقيين فى وسائل الإعلام المرئية أو المسموعة ، أو الذى توصف تصرفاته فى الصحافة المطبوعة ، يمكن أن يعتبر نموذجاً للآخرين بحيث يقلدونه . وتحت ظروف خاصة سوف نستعرضها ، فإن أعضاء من الجمهور الذين يراقبون مثل هذه النماذج قد يحاولون أن يتبنوا هذا السلوك الذى شاهدوه فى الممثل النموذج على أساس دائم إلى حد ما . وبعد أن نبحث نظرية التعلم الاجتماعى بطريقة عامة ، سوف ندقق النظر فى الطريقة التى تقول نظرية النموذج إنها توفر شرحاً مفيداً لكيفية استخدام وسائل الإعلام كعوامل مساعدة للتطور الاجتماعى للفرد .

ولتفسير عملية اكتساب أشكال جديدة للسلوك بصورة عامة ، يمكن القول إن نظرية التعلم الاجتماعى تشارك ملامح عديدة للتفسيرات التى تقدم عن التعلم . ولكنها لها أيضاً ملامح تجعلها مختلفة تماماً عن التفسيرات البديلة . وهذه العوامل المميزة للنظرية بالذات هى التى جعلتها قابلة للتطبيق فى دراسة كيف يتعلم الناس ويتبنون نماذج جديدة للسلوك نتيجة لتعرضهم لوسائل الإعلام الجماهيرية .

وتفترض نظرية التعلم الاجتماعى ، مثل التفسيرات النفسية الأخرى ، أن يكتسب الناس روابط جديدة بين ظروف التأثير الخاصة التى يتعرضون لها فى بيئتهم وبين النماذج الثابتة للتصرف (حتى يصبحوا قادرين على الأداء) وذلك استجابة لهذه الظروف . هذه الروابط يسميها علماء النفس « عادات » . وهى تميل إلى أن تكون ثابتة نسبياً ، أو تعود للظهور عندما يتم إعادة دعمها بطريقة أو أخرى . وإعادة الدعم هنا يتم عادة كنتيجة للجائزة التى يحصل عليها الفرد ، ولتكن مثلاً تجربة ما تؤدى إلى الإحساس بالسرور ، وذلك نتيجة لسلوك يؤديه الفرد استجابة للمؤثر . كما أن إبعاد أو زوال بعض المواقف التى تثير غضباً لفرد أو وقف معاقبته ، يمكن أيضاً أن يؤدى إلى إعادة دعم هذه الروابط . وهكذا يزداد احتمال أن يصبح هذا السلوك بالذات الطريقة المعتادة التى يتصرف بها الفرد (العادة أو الاعتياد) استجابةً للظروف التى يحدث فيها التأثير . وفى معظم الأحوال ،

يميل علماء النفس إلى تعريف عملية التعلم نفسها على أنها زيادة فى احتمال اعتياد الشخص على عادات معينة .

وباختصار ، فإن زيادة دعم أو تقوية الرابطة بين المؤثر (S) والاستجابة (R) يتم عادة عندما ينتج عن تبنى الفرد لنموذج من التصرف شعور بالإمتاع ، بما فى ذلك الشعور بالراحة بعد التخلص من موقف يثير القلق أو التوتر . وتفترض نظريات التعلم المعاصرة أن عملية إعادة الدعم هذه يمكن أن تتم بعدة طرق ، وحتى بطريق الصدفة . وليس من الضرورى أن تكون على شكل جائزة يتم تقديمها عمداً عن طريق وسيط للتطور الاجتماعى مثل الأب أو الأم أو المعلم .

وهناك مفهوم آخر هام فى نظرية التعلم هو تكيف الذى يقوم بالعمل . ويشير ذلك إلى اكتساب نموذج للاستجابة عن طريق توالى عمليات إعادة الدعم لرابطة معطاة بين المؤثر والاستجابة (S-R) التى تظهر بطريقة غير مخططة . وهذا يعنى أن جائزة من نوع ما ، أو راحة من التوتر قد تنتج عندما تظهر الاستجابة المعينة . وقد يحدث ذلك بتكرار منتظم إلى حد ما . وليست هناك حاجة لأن يدرك الفرد ما يحدث . والواقع أن إعادة الدعم هذه تحدث بطرق عديدة فى بيئة كل شخص ، وهذا يزيد من احتمال أن تصبح عملية المؤثر والاستجابة (S-R) المدعمة نوعاً من العادة . وإذا كانت نظرية التعلم الاجتماعى تعتبر أكثر من تفسير لاكتساب السلوك الناشىء عن تكييف العنصر المؤثر ، فإنها تعترف فعلاً بأن إعادة الدعم ، وما يترتب عليه من تعلم من الممكن أن يحدث عرضاً .

وفى صميم نظرية التعلم الاجتماعى ، توجد عملية قريبة جداً من الفكرة القديمة عن « تقليد » السلوك ، ولكن النظرية تضيف إليها ظاهرة إعادة الدعم كما شرحناها من قبل . وعلى سبيل المثال ، إذا رأى شخص شخصاً آخر يستخدم أسلوباً معيناً لمواجهة مشكلة ما بنجاح ، وإذا كان الملاحظ يواجه هذه المشكلة من حين لآخر ، فإنه قد يحاول أيضاً استخدام هذا النموذج من السلوك كحل شخصى محتمل . وإذا نجح هذا الحل جيداً ، فإن التجربة التى جعلته قادراً على مواجهة المشكلة بطريقة أكثر فعالية إذا عادت إلى الظهور مرة أخرى تعتبر مجزية . وهكذا ، يزداد دعم الرابطة بين المشكلة وبين السلوك الذى يعمل على حلها .

ومثلاً ، فإن نشوء هذا التسلسل فى شخص يتخذ شكلاً معيناً من أشكال السلوك

الاجتماعى هو ما يحدث عندما يتعلم الإنسان استخدام الشراب « الكحوليات » : إن الشباب صغير السن من الذكور يكونون عادة شغوفين بأن يفكروا أنهم أصبحوا « رجالاً » . ولهذا ، فهم ينظرون إلى نموذج الرجال لكى ينتسبوا إلى ما يعتبرونه تصرفات « رجولية » . ويوجد فى المنزل عادة مجال غنى للتعلم الاجتماعى ، حيث يحدد الآباء مثل هذه المعايير كالرجولة وغيرها . ويشارك فى ذلك الأشقاء الأكبر سناً وأصدقاؤهم من الرجال . وإذا كان الشراب يتم استخدامه بحرية بواسطة الرجال البالغين فى هذا المنزل ، وإذا كانت المقدرة على المشاركة فى شرب الخمر بكثرة تثير الإعجاب وتميز صاحبها فى مثل هذه المجموعة ، فإن هناك احتمالاً قوياً بأن أحد الصغار فى هذه الأسرة سوف يبدأ فى شرب الكحوليات حالما تسمح له الظروف بذلك . وإذا تلا ذلك جدول معين لإعادة دعم هذا السلوك ، عندما يكافأ الصغير أو الشارب الجديد على أنه عبر المرحلة الانتقالية إلى « الرجولة » بهذه الطريقة ، فإنه ليس من المحتمل أن ينمو هذا الشاب ليصبح من الممتنعين عن شرب المسكرات . والواقع أن الاحتمال الأكبر هو أن يصبح هذا الشاب من مدمنى الخمر .

وبمعنى آخر ، إذا كان هناك نموذج معين من السلوك يتبعه نموذج ، وإذا كان هذا النموذج ينظر إليه على أنه حل لمشكلة ، أو يؤدى إلى مكافأة ، أو إذا كان بطريقة أو أخرى مرغوباً فيه وفيما يترتب عليه من تسلسل للأحداث ، فإن الاحتمال الأقوى أن يتبنى الشخص الذى يراقب هذا السلوك فى النموذج . وإذا حدث فعلاً أن ترتب على تبنى هذا السلوك بالذات نتائج إيجابية ، فإنه من الأرجح أن يصبح هذا السلوك عادة عند الشخص ، وأن يلازمه إلى حد ما كجزء من تصرفات الفرد .

إن معظم نظريات الاستجابة للنموذج ، وخصوصاً تلك التى يستخلصها الباحثون من الحيوانات لا تفترض أن الدروس التى تقدمها البيئة لأعضائها تتم عمداً ، أو أنها يتم اكتسابها والفرد مدرك لذلك . وقد يكون هذا هو الحال أيضاً مع نظرية التعلم الاجتماعى ، لأن النموذج الذى يقدم السلوك قد لا يكون مدركاً تماماً أن الفرد الآخر « الملاحظ » الذى قد يتبنى هذا السلوك يلاحظه أو يراقبه . وبالتالى ، فإن هذا العضو (الملاحظ) قد لا يعرف أو لا يتذكر الربط بين أداء النموذج وبين اكتساب أسلوب مواجهة المشاكل . إن هذا التعلم قد يحدث بطريقة لا يدركها العضو ، وبدون وعى ولا تخطيط أو استغلال . وهناك دلائل كثيرة وكافية على أن مثل هذه الآثار تحدث فعلاً .

وبالرغم من أن نظرية التعلم الاجتماعى قد تتضمن مثل هذه الحالات من اكتساب السلوك التى تتم بطريق الصدفة ، إلا أنها تتخذ (النظرية) موقفاً يقول إن استجابة الإنسان واكتسابه السلوك بالتعلم مختلفة عادة . فالناس عادة وفى أغلب الأحيان لديهم قدرة على التعرف بوضوح على سلوك النموذج ، وعلى فهمه وتذكره ، وهم على الأرجح يكونون مدركين تماماً أنهم يتبنون نماذج السلوك التى سبق أن لاحظوها . وليس معنى ذلك القول إنهم يدركون تماماً كل ما يدفعهم إلى فعل ذلك ، ولكنهم يعرفون عادة هذا الذى رأوه كنموذج أمامهم ، وهم يدركون أيضاً أنهم يقلدون هذا النموذج .

إن أحد الأسباب الرئيسية هو تمسك أنصار نظرية التعلم الاجتماعى بأن تبنى السلوك الذى يقدمه النموذج يتم غالباً بالاختيار عمداً ، هو أنهم يعترفون بوضوح بأن الإنسان يستخدم (اللغة) . وتفترض النظرية أن السلوك الرمزى يعتبر عاملاً مهماً فى السلوك العام للناس ، وأنه هام جداً فى فهم كيف يكتسب الناس عادات جديدة . ويوضح العالم باندورا (صاحب النظرية) ذلك قائلاً :

> إن مقدرة الأفراد على استخدام الرموز يمدهم بوسائل قوية للتكيف مع مجتمعهم أو البيئة التى يقيمون فيها . ومن خلال رموز منطوقة أو خيالية ، يقوم الناس بفرز وحفظ التجارب فى أشكال تمثيلية تعمل كمرشد لهم ولسلوكياتهم فى المستقبل . إن القدرة على التصرف العمدى تكمن فى النشاط الرمزى . . . وبدون القدرة على استيعاب الرموز ، فإن الإنسان لن يصبح قادراً على التفكير التأملى . ولذلك فإن النظرية عن السلوك الإنسانى لا تستطيع أن تهمل الأنشطة الرمزية [٦] .

وبمعنى آخر ، فإن الناس يستخدمون اللغة . وعندما يفعلون ذلك ، فهم يفكرون ويتذكرون ويخططون للمستقبل . ولا يعتبر ذلك بالكاد معرفة عميقة جديدة عن حالة الإنسان . ولكنه تحول ملحوظ فى الموقف بالنسبة لهؤلاء الذين يتبنون نظرية التعلم الاجتماعى .

وقد يبدو من المدهش أن علماء النفس تحت تأثير أنصار نظرية التعلم وعلى رأسهم باندورا ، قد اعترفوا أخيراً فقط (فى السنوات الأخيرة) بعمليات عقلية مثل استخدام اللغة وذلك عند تفسيرهم للسلوك الإنسانى . وقد ناقشنا من قبل كيف تراجع علم النفس إلى نظرية السلوك ، ولا شىء غير السلوك أو النظرية السلوكية التى بدأت فى

أوائـل هذا القـرن . كما لاحـظنـا تفضيلهم (علماء النفس) إجـراء التجـارب على الحيوانـات . وكـلا الاتجـاهـين كانـا جزءاً من استراتيجية عامة للتوصل إلى « قوانين التعلم » ، التى سوف تتجاوز الحيوانات وتنطبق على الكائنات الحية كلها . ولما كان الإنسـان وحـده هو الـذى يستخـدم اللغـة ، ولديه حياة داخلية تعتمد على السـلوك الـرمـزى ، فقـد أصبـح من الضرورى تجاهـل هذا كله . ومع ظهور نظرية التعلم الاجتماعى ، والأشكال الأخرى المنتسبة إليها ، فإن القواعد القديمة التى كانت تحرم الحديث عن أن الإنسان يتميز بحياة عقلية ذاتية بدأت تزول وتختفى .

وهنـاك مظهـر آخـر هام لنظرية التعلم الاجتماعى ، وهو أنها تشارك التفسيرات الأخرى النفسية فى أنها تنظر إلى المفهوم على المدى البعيد . ومعظم نظريات التعلم مبنية على أساس أن الكائنات لا تتعلم من تجربة واحدة ، ولكن من خلال عدد من التجارب التى يتم بواسطتها زيادة دعم الرابطة بين المؤثر (S) والاستجابة (R) التى سيتعلمها الفرد طبقاً لجدول من نوع ما . وتضع نظرية التعلم الاجتماعى بعض التأكيد على إمكانية اكتساب الفرد لسلوكيات جديدة نتيجة لتعرضه للمؤثر مرة واحدة ، ولكنها لا تستبعد التعلم نتيجة لتكرار المؤثر (S) . كما أن تبنى السلوك الجديد قد يأتى نتيجة لملاحظة سلوك النموذج مرات عديدة . وهكذا ، فإن نظرية التعلم الاجتماعى تقدم تفسيراً لكل من مفهومى اكتساب استجابات جديدة فوراً ، وعلى المدى البعيد أيضاً .

عملية النموذج

إن تعبير « نظرية النموذج » مفيد فى وصف تطبيق النظرية العامة للتعلم الاجتماعى ، وذلك بالنسبة لاكتساب نماذج جديدة من السلوك نتيجة لما تقدمه وسائل الإعلام . كما أن وسائل الإعلام تعتبر مصدراً جاهزاً ومتاحاً وجذاباً لهذه النماذج . فهى تقدم نماذج رمزية لكل أشكال السلوك تقريباً . وهناك أبحاث كثيرة تثبت أن كلاً من الأطفال والكبار يكتسبون مواقف جديدة ، واستجابات عاطفية ، وطرقاً جديدة للسلوك من جميع وسائل الإعلام ، وخصوصاً من الأفلام ومن التليفزيون [٧] .

وعند تطبيق النظرية لشرح كيفية اكتساب أشكال جديدة للسلوك نتيجة التعرض لوسـائل الإعلام ، فإن لب الموضوع هو « عملية النموذج » . وباختصار ، فإن هذه

العملية تتألف من مراحل عديدة يمكن تلخيصها فى العبارات التالية :

(١) يلاحظ أحد أفراد جمهور المستمعين أو المشاهدين أو القراء (أو يقرأ عن) أن شخصاً (نموذجاً) يشترك فى نموذج للتصرف فى محتوى إعلامى .
(٢) يتعرف الملاحظ على النموذج ويتماثل معه ، أى يعتقد أنه (أو أنها) تشبه النموذج ، أو يريد أن يكون مثل النموذج ، أو يرى النموذج جذاباً وأنه جدير بأن يقلده .
(٣) ويدرك الملاحظ وهو واع ، أو يصل إلى استنتاج بدون وعى ، أن الشخص الذى يلاحظه ، أو أن السلوك الموصوف سيكون مفيداً له . أى أن الشخص يعتقد أن هذا السلوك سوف يؤدى إلى نتائج مرغوب فيها إذا قلد هذا السلوك فى موقف معين .
(٤) ويتذكر الشخص تصرفات النموذج عندما يواجه الظروف التى تحدثنا عنها (موقف التأثير) ، ويتخذ السلوك الذى اقتنع به كوسيلة للاستجابة لهذا الموقف .
(٥) وعند اتخاذ هذا السلوك فى مواجهة موقف التأثير ، يؤدى ذلك إلى شعور الفرد ببعض الراحة ، أو المكافأة ، أو الرضا . وهكذا تتكون الرابطة بين هذه المؤثرات والاستجابة المستوحاة من النموذج ، ويزداد تدعيمها .
(٦) ويزيد إعادة الدعم الإيجابى من احتمال استخدام الفرد هذا النشاط السلوكى باستمرار كوسيلة للاستجابة لمواقف مشابهة .

وليس هذا تشكيلاً بسيطاً . فهو يعتمد على مفاهيم معقدة مثل « التماثل » و« الإدراك » التى تعتبر أن أمراً عقلانياً وشيئاً فى داخل المراقب . ومازالت هذه الظواهر تثير حيرة عدد كبير من علماء النفس الذين يفضلون تقديم تفسيرات نظرية لا تعتمد على مثل هذه الأفكار « الذاتية » . وعلى أية حال ، فإن هذا الاعتراف المتأخر نوعاً ما لدور اللغة فى شئون الإنسان أدى إلى زيادة القبول بين الباحثين المطلعين بأن الناس لديهم حياة ذاتية وأن لها تأثيراً قوياً فى سلوكهم .

ومن الأشياء التى أدت إليها نظرية النموذج أنها زادت من الاهتمام بعملية تحليل

المحتوى الإعلامى إلى مستوى كبير . إن تحليل المحتوى الإعلامى لوسائل الإعلام يمكن أن يكشف عن أنواع لا حد لها من نماذج السلوك موجودة أمام الفرد ليتبناها فى سلوكه . وهكذا ، فإن جانب التأثير فى تعبير (التأثير والاستجابة S-R) كان موضوعاً لمئات بل ولألوف من الأبحاث الوصفية . كما تم حصر وقياس كل شكل من أشكال المحتوى الإعلامى تقريباً وبعناية شديدة . وهى تتضمن وصفاً تفصيلياً للنشاط الجنسى فى شرائط الفيديو التى تعتبر إباحية . وكذلك أنواع ومقدار العنف فى برامج تليفزيونات الشبكات ، وكيف يتم عرض الأدوار الجنسية ، وأنواع الطعام التى يتم الإعلان عنها ، وكيف تصور البرامج الأقليات ، وما إلى ذلك من موضوعات لا نهاية لها .

إن اتساع نطاق عملية دراسات تحليل المضمون الإعلامى التى أدت إليها « نظرية النموذج » تبدو مماثلة لما جرى عندما أصبحت أولى وسائل لقياس المواقف متاحة فى أواخر العشرينيات (١٩٢٠) وأوائل الثلاثينيات (١٩٣٠) . وسرعان ما أصبح واضحاً أنه يجب قياس مواقف كل شخص ، وتم نشر ألوف الأبحاث فى هذا المجال . ولم يكن مهما أن المواقف لم يثبت أنها مقياس جيد للسلوك (والواقع أنه ثبت فيها بعد أنها مقياس سىء جداً للتنبؤ بالسلوك) . فقد افترض الباحثون فى هذا الوقت أنه إذا كان للناس مواقف معينة ، فإنهم سوف يتصرفون بطريقة تتفق مع آرائهم أو مواقفهم أو وجهات نظرهم . ونحن نعرف الآن أنهم لا يفعلون ذلك ، وأنه لا توجد علاقة كبيرة بين مواقف الأشخاص التى تم قياسها وبين تصرفاتهم العلنية [٨] .

ويبدو أن موقفاً مماثلاً نشأ فيها يتعلق بالأبحاث العديدة التى أجريت لتحليل مضمون الرسالة الإعلامية والتى أصبحت الآن مثل الموضة . ولأن المحتوى الإعلامى يعرض أشكالاً مختلفة من السلوك ، فإنه لا يمكن افتراض أن هذه النماذج السلوكية سوف تتبناها الجماهير على نطاق واسع . إن مثل هذا الافتراض لا أساس له ، وهو يقترب كثيراً من الافتراضات التى صاحبت نظرية « القذيفة السحرية » . وإذا كانت عملية الوصف المنهجى للمضمون الإعلامى لا بأس بها ، إلا أنها ليست طريقاً مختصراً لتنبؤ كيف يتم الربط فعلاً بين عاملى التأثير (S) والاستجابة (R) . إن تحليل المضمون لا يذكر شيئاً عن اكتساب نماذج جديدة وثابتة للسلوك بين الناس الذين يتعرضون لتصرفات محددة تعرضها أو تصفها وسائل الإعلام .

إن نظرية التعلم الاجتماعى توفر وصفاً جيداً للظروف، التى يمكن فيها للفرد أن

يلاحظ ويتبنى وسائل محددة للاستجابة ، وكذلك نماذج أخرى مختلفة للسلوك فى نطاق المجموعة . كما أن تطبيق هذه النظرية على وسائل الإعلام فى شكل « نظرية النموذج » يثبت بوضوح أن وسائل الإعلام يمكن استخدامها كعوامل وسيطة فى عملية التطور الاجتماعى للفرد . وقد لا يتعمد هؤلاء الذين يرسمون ، وينتجون ، ويوزعون البرامج الإعلامية أن تكون أشكال السلوك الإنسانى التى يقدمونها كنموذج يحتذيه الآخرون (وإذا فكروا فى ذلك بالمرة ، فإنهم يتمنون لو أنهم لم يفعلوا ذلك إطلاقاً) . كما أن هؤلاء الذين يتبنون ويقلدون أشكال السلوك التى تعرض أو توصف فى وسائل الإعلام قد لا يكونوا قد تعمدوا أن يتعرضوا لهذه النماذج من السلوك حتى يقلدوها من « النموذج » ، ولكنهم يفعلون ذلك على أية حال سواء كانوا يدركون ذلك أم لا .

ورغم الحقيقة التى تقول إن علماء النفس تستهويهم جداً وبوجه عام « التجربة » كأساس لاختبار وتطوير النظرية ، إلا أن هناك بعض أشكال السلوك التى لا يمكن تقليدها ، أو التظاهر بمثلها ، أو عرضها عن طريق دراسات قصيرة الأجل تجرى فى المعمل . إن بعض تأثيرات « النموذج » أمكن عرضها فى التجارب ، ولكن تبنى السلوك من النموذج على المدى البعيد ، والذى ينتج عن التعرض باستمرار وبتكرار لوسائل الإعلام ليس من السهل دراسته بهذه الطريقة . وليس هذا عيباً فى نظرية النموذج ، ولكنه قصور فى وسائل إجراء التجارب .

إن إدراك الفرد لوظيفة وطبيعة هذا السلوك الذى تبناه من النموذج قد يظهر على أساس التعرض مرة واحدة لوسيلة الإعلام ، أو بعد التعرض عدة مرات لمحتوى إعلامى مماثل . كما أن نموذج التصرف المعين قد يتم تبنيه بعد تجربة واحدة ، أو بعد عدة تجارب لزيادة دعم التصرف . إن النظرية لا توفر دلائل واضحة لمثل هذه الموضوعات ، ولهذا فإنها تبقى فى مقدمة الموضوعات التى يجرى بحثها ودراستها .

والشىء الواضح أن نظرية النموذج تعتبر صياغة واعدة جداً لدراسة وسائل الإعلام . ومادمنا لا نفترض أن الجماهير سوف تبنى بالتأكيد السلوكيات التى تعرضها النماذج فى وسائل الإعلام ، فإن النظرية تصبح قوية وقادرة على تفسير بعض التأثيرات المباشرة والفورية على الأقل ، وأيضاً التأثيرات غير المباشرة وذات المدى البعيد بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون للمضمون الإعلامى .

وفى نفس الوقت ، هناك تأثيرات كبيرة لوسائل الإعلام لا تصلح نظرية النموذج

كمرشد مناسب لأبحاثها . فهى مثل نظرية التعلم الاجتماعى الأكثر عمومية ، موجهة إلى تصرف الفرد وليس إلى التصرف المشترك . وبمعنى آخر ، فإن النظرية تستطيع أن تشرح لماذا تبنى شخص معين نوعاً محدداً من التصرف الذى شاهده أو قرأ عنه فى لحظة معينة من المحتوى الإعلامى ، ولكنها لا تستطيع أو ليس لديها شىء تقوله عن تشكيل النظام الاجتماعى لأية جماعة أو مجتمع ، أو عن مساهمة وسائل الإعلام فى الثقافة . وهذان يعتبران مؤثرين قويين جداً على خيارات السلوك عند الأفراد الذين يتفاعلون مع الناس . ولهذا ، فإننا فى حاجة إلى طرق مختلفة لشرح وتفسير الآثار بعيدة المدى وغير المباشرة لوسائل الإعلام فى تشكيل المفاهيم المشتركة للناس نحو قواعد السلوك وكذلك مفاهيم وضع نشاطات المجموعة فى شكل نماذج يحتذى بها .

نظرية التوقعات الاجتماعية

يرى علماء النفس السلوك الإنسانى بمقياس العمليات الداخلية التى تشكل التصرفات وخيارات السلوك عند الفرد . ومهمة البحث أن يكشف ما هى القوى أو العوامل التى تؤثر فى عقولهم ، والتى تفسر ما الذى يختار الناس أن يفعلوه عند استجابتهم لنماذج المؤثرات التى يمرون بها من خلال وظائفهم المعتمدة على الإحساس . وهذه العمليات الداخلية يمكن رؤيتها كعمليات تتم بوعى أو بلا وعى أو بالتعلم أو بالوراثة ، وذلك يتوقف على الاقتناع بنوع النظرية الذى يميل إليه عالم نفس معين . وكل هذه المتغيرات تعتبر المتغيرات المستقلة أو التى تجرى بالصدفة . بينما المتغير المؤثر أو التابع هو السلوك العلنى للشخص والذى يمكن تفسيره عن طريق نظرية علم النفس .

ويدرس علماء الاجتماع (وبعض علماء دراسة الإنسان أيضاً) السلوك الإنسانى من منظور آخر . فهم يعترفون بلا تردد بالحاجة إلى مستوى تحليل نفسى وفردى فى نفس الوقت . ولكنهم يعتقدون أن هذا يؤدى إلى صورة غير كاملة للحالة الإنسانية . ومن المحتمل أن أوضح حقيقة عن الإنسان هى طبيعته الاجتماعية إلى أقصى حد : فهو يتم ولادته فى نطاق عملية اجتماعية ، وينشأ فى جماعة تتصف بروابط وثيقة ومتبادلة بين الأفراد ، حيث يعيشون حياتهم فى شبكة من التفاعلات الاجتماعية المعقدة ، وفى النهاية

فإنه يبعث إلى قبره وسط احتفال اجتماعى . وبمعنى آخر ، فإن الإنسان أبعد ما يكون عن كائن فردى مستقل يستجيب فقط للمؤثرات . ولهذا السبب ، فإن علماء النفس يركزون على عملية التفاعل الاجتماعى ــ أى الأحداث التى يمكن ملاحظتها ، والتى تتم بين الأفراد ، وليس داخل أجهزتهم العصبية أو تركيباتهم المبنية على المعرفة .

نظرية التنظيم الاجتماعى

إن التحليل الاجتماعى للسلوك الإنسانى يبدأ بدراسة وفهم طبيعة الجماعات الإنسانية . والافتراض الأساسى فى التفسيرات الاجتماعية هو أن عملية النماذج الثانية للتفاعل الإنسانى هى التى توجه السلوك الإنسانى . وفى معظم ظروف الحياة ، وعندما يختار الناس أى تصرف يتبعونه ، فإن اهتمامهم الأول يكون موجهاً إلى توقعات الآخرين منهم ، والاستجابات المحتملة لهذا التصرف . وباختصار ، فإن الناس يقلقون حول « ما يعتقده الآخرون حيال تصرفاتهم » ، ويقلقون حول الاستحسان أو الاستياء أو المكافأة أو العقاب ، أو الاعتراف بهم أو العار الذى قد تؤدى إليه تصرفاتهم . وكما قال عالم الاجتماع الرائد تشارلز هورتون كولى :

> إن التصورات التى لدى الناس عن بعضهم البعض هى الحقائق الراسخة للمجتمع [٩] .

وكان كولى يشير هنا إلى حقيقة أن الناس فى الجماعات ينظمون التصرفات المتبادلة بينهم فى نطاق قواعد يفهمها الجانبان فى أى تصرف . هذه القواعد تحدد السلوك المقبول ، وتستطيع أن تتنبأ بما يتوقعه كل طرف من الآخر . وبدون هذا الثبات فى التعامل بين الأفراد ، فإن الحياة كما نعرفها الآن كانت ستصبح مستحيلة ، لأن كل لقاء إنسانى كان سيتم معالجته من جديد على أساس التجربة والخطأ . وهكذا كان من الممكن ألا تكون هناك فعلاً حياة منظمة للجماعة ، ولا مجتمع ، ولا حضارة . وكان من الممكن أن يتحول وجود الإنسان الكابوس الذى وصفه الفيلسوف الانجليزى توماس هوبز الذى كان يعتقد بضرورة وجود حاكم مطلق (ملك) لكى يستطيع السيطرة على تعارض وتصادم

اهتمامات الإنسان . وكان من الممكن أيضاً أن تتحول حياة الإنسان إلى فوضى مستمرة ، ولا يمكن التنبؤ بما سوف يجرى ، ولأصبحت حياة فاشلة مليئة بالتوترات وخطيرة ، بل وقصيرة أيضاً .

لكن النماذج التى تنشأ نتيجة لاستقرار قواعد التفاعل بين الأشخاص تسمى فى مجموعها التنظيم الاجتماعى . وهذا تعبير يشير إلى تصنيفات عديدة لترتيبات تقليدية لضمان الاستقرار وسلوك متوقع بين الأفراد فى أى نوع من أنواع الجماعات الإنسانية . والأفراد من البشر الذين يعتبرون أعضاء فى جماعات ، أولهم معاملات مع مجموعات لابد أن يكون لديهم فهم لنموذج التنظيم الاجتماعى لكل جماعة . إن مثل هذا التوقع للسلوك الاجتماعى المحتمل هو الذى يوفر لهم الدليل لما هو متوقع منهم من نماذج الفعل أو رد الفعل فى محيط هذا السلوك .

إن التنظيم الاجتماعى داخل الجماعات يتراوح بين البسيط نسبياً إلى المعقد للغاية . كما أن الجماعات تختلف فى حجمها بين عضوين (زوج وزوجته مثلاً) إلى مئات الألوف من الأعضاء ، وفى بعض الأحيان ملايين الأعضاء ، والتنظيم الاجتماعى يزداد تعقيداً كلما ازداد حجم الجماعة . وفى الجماعات الكبيرة مثل الشركات وإدارات الحكومة ، أو القوات المسلحة ، فإن نماذج التنظيم الاجتماعى تكون معقدة حقاً . وحتى مجتمعات بأكملها يمكن النظر إليها بوصفها جماعات ضخمة تتصف بنماذج معقدة للغاية من التنظيم الاجتماعى . وتتم نشاطاتهم الاقتصادية والسياسية والتعليمية والدينية ، والنشاطات الأخرى ، داخل نطاق قواعد وتقاليد مشتركة وقوانين تحدد كيف يفترض أن يتصرف الناس . وفى حالة المجتمعات ككل ، يستخدم الباحثون تعبير « التركيب الاجتماعى » ليشير إلى التقسيمات الكبرى للتنظيم الاجتماعى لهذه المجتمعات إلى مؤسسات اجتماعية (مثل الأسرة ، والاقتصاد ، والحكومة . . وهكذا) ، أو إلى طبقات اجتماعية - اقتصادية ، أو المنبوذين أو أية تقسيمات أخرى شاملة .

ومهما كان حجم الجماعة ، ومهما كانت درجة التعقيد فيها ، فإن العناصر الرئيسية لتنظيمها الاجتماعى يمكن فهمها على أساس أربعة مفاهيم أساسية : المعايير ، والأدوار ، والرتبة ، والعقوبات . إن هذه هى التقسيمات الفرعية الأساسية للتنظيم الاجتماعى التى تستطيع أن توفر لنا التنبؤ أو التوقع بما سيحدث فى النشاطات بين الأفراد . وعلينا أن ننظر فى هذه المفاهيم الأربعة لكى نفهم فكرة الخرائط الاجتماعية .

وفى ١٩٧٠ ، قدم العالم دى فلور نظرية بسيطة نسبياً تدعى « نظرية المعايير الثقافية » . هذه النظرية وفرت الأساس لظهور النظرية الأكثر شمولاً وهى « نظرية التوقعات الاجتماعية » . وباختصار ، فإن النظرية الأولى تضمنت الفكرة التالية :

> إن وسائل الإعلام ، من خلال عروض منتقاة ، ومن خلال التركيز على مواضيع معينة ، تستطيع أن تخلق انطباعاً لدى جمهورها بأن المعايير الثقافية (النماذج) المشتركة المتعلقة بالموضوعات المختارة يتم تركيبها أو تحديدها بطريقة معينة . ولما كان سلوك الفرد توجهه عادة هذه المعايير الثقافية (أو انطباعات الممثل بشأن المعيار أو النموذج المقبول) بالنسبة لموضوع معين أو اعتبار محدد ، فإن وسائل الإعلام تساهم بطريقة غير مباشرة فى التأثير على السلوك [١٠] .

وبينما كانت النظرية يتم تطويرها ، فإنها كانت ، على أفضل الفروض ، مجرد خطوة أولى نحو فهم أكثر شمولاً لبعض التأثيرات غير المباشرة لوسائل الإعلام على السلوك . وبمعنى آخر ، فإن النظرية لم تذهب بعيداً بما فيه الكفاية . ولهذا السبب ، فقد تم توسيعها فى هذه الطبعة لكى تتضمن جميع عناصر التنظيم الاجتماعى : الأدوار ، والرتبة ، والعقوبات بالإضافة إلى المعايير . وبعد بحث هذه العناصر باختصار ، فإن الطريقة التى تستطيع بها وسائل الإعلام التأثير فى التطور الاجتماعى للفرد يمكن أن تتضح .

والمعايير (أو النماذج) هى القواعد العامة التى يجب فهمها واتباعها بواسطة جميع أفراد الجماعة . وهى تغطى مدى واسعاً من النشاطات ، من الطقوس البسيطة (مثل : ماذا يجب أن يفعله الفرد عند الرد على التليفون) إلى المحرمات الهامة عاطفياً (مثل : من الذى يسمح له بعلاقات جنسية مع من) . وبعض هذه المعايير ليست لها سوى أهمية ضئيلة ، ولا يترتب عليها الكثير إذا حاد الناس عن اتباعها (مثل : التجشؤ علناً) . وهناك معايير أخرى خطيرة بطبيعتها بدرجة أن الناس يتوقعون اتباعها بصرامة (مثلاً : أنت يجب ألا تقتل أحداً) . وبعض المعايير تعتبر غير رسمية ، وتنشأ تلقائياً نتيجة لتبادل التعامل بين الناس من يوم ليوم (مثلاً : الأدوات التى تستعيرها يجب إعادتها لأصحابها) . ومعايير أخرى تدخل فى عملية التشريع وتتحول إلى قوانين رسمية مكتوبة تساندها قوة الدولة (مثلاً : القوانين المتعلقة بالعقود) . وهكذا ، فإن المعايير سواء

كانت تتعلق بالتفاهات أو بأشياء خطيرة ، وسواء كانت معايير رسمية أو غير رسمية ، فإنها تعتبر قواعد عامة من المفترض أن تنطبق على جميع أعضاء جماعة معينة أو طائفة أو مجتمع . كما أن السلوك داخل نطاق الجماعة يتطلب أن يكون للأشخاص خرائط « داخلية » (بمعنى خرائط « مكتسبة ») لهذه المعايير . وهذه الخرائط المكتسبة للمعايير يمكن أن تكون حاذقة ومعقدة إذا قدر لهؤلاء الأفراد أن يتفاعلوا بسهولة ويسر مع الآخرين داخل نطاق السلوك المقبول .

أما *الوظائف أو الأدوار* ، فهى أيضاً قواعد للسلوك ، ولكنها تنطبق على مواقف معينة فى نشاط تنظيم الجماعة . وهى تحدد أدوار متخصصة يلعبها الناس فى نشاطات الجماعة ، أكثر منها إرشادات عامة للتصرف والتى يتبعها جميع أعضاء الجماعة . وكمثال واضح للأدوار ، فإن الأزواج والزوجات والأطفال يلعبون أدواراً محددة فى الأسرة . والجماعات الأكبر ، مثل شركات الأعمال والكليات والوحدات العسكرية ، فإنها يكون لها أيضاً فى أغلب الأحوال أدوار محددة . وفى الطوائف والمجتمعات يصبح تركيب الدور المخصص لكل منها أكثر وضوحاً .

والأدوار تتيح للناس الذين يتصرفون جماعياً وبطريقة متناسقة أن يحققوا الأهداف التى لا يمكن تحقيقها إذا تصرف كل فرد وحده . والعوامل الرئيسية هنا هى التخصص فى النشاطات ، واعتماد أفراد الجماعة على بعضهم البعض . فالناس الذين يتصرفون داخل نطاق أدوار متخصصة ويعتمد كل منهم على الآخر يصبحون مثل أجزاء آلة أو جهاز عضوى ؛ كل وظيفة متخصصة فى تقسيم النشاطات تقدم مساهمتها ، وتكون النتيجة فى النهاية تحقيق إنجاز متنام (تحقيق الهدف) أكثر من مجموع الأجزاء .

ولهذه الأسباب السابق ذكرها ، فإن الجماعة يشار إليها أحياناً بأنها « جهاز اجتماعى » ، به أجزاء متداخلة ومترابطة مع بعضها بحيث تساهم فى الاستقرار والاستمرار الشامل للجماعة ككل . وهناك مثال يستخدم كثيراً لتوضيح هذه النقطة ، وهو فريق لعبة البيسبول ، الذى يؤدى فيه كل لاعب دوراً معيناً متناسقاً مع نشاط الآخرين . وإذا قرر كل لاعب (أو لاعبة) ببساطة أن يفعل ما يريده وأن يتصرف مستقلاً عن الآخرين ، فإن الفريق لن يكسب إلا مباريات قليلة أو لا يكسب إطلاقاً .

وبينما يعتبر كل دور نموذجاً للنشاط المتخصص ، فإن النظام المترابط كله داخل الجماعة يحتاج إلى أن يفهمه جميع أعضاء الجماعة . وإذا كانت المجموعة كبيرة ومعقدة ،

فإن كل عضو يحتاج إلى أن يفهم على الأقل الأدوار التى ترتبط بطريقة ما مع دوره . ويعنى هذا أن نظام تحديد الأدوار داخل الجماعة يجب تعلمه بدرجة معقولة بواسطة كل عضو ، وذلك حتى يمكن تنسيق الدور المخصص للعضو مع الأدوار التى يلعبها الآخرون والتى ترتبط بدوره . ومرة أخرى ، يمكن توضيح هذه النقطة بمثال فريق البيسبول . تخيل مثلاً فريقاً نجد فيه كل لاعب يعرف دوره تماماً ، ولكنه ليست لديه فكرة عما سيفعله الآخرون . فإذا ضرب اللاعب الآخر الكرة بمضرب البيسبول ، فإن الأمر سيصبح حقاً مهرجاناً كوميدياً من الأخطاء . وهكذا ، فإن النشاط الفعال للجماعة يتطلب من كل عضو أن يكون له دور أو « خريطة دور » فى عقله ، وذلك حتى يمكن التنبؤ بردود فعل الآخرين تحت أنواع مختلفة من الظروف .

والعنصر الثالث فى التنظيم الاجتماعى هو الرتبة أو المرتبة . فبعض أعضاء الجماعات لهم نفوذ أكبر ، وسلطة وهيبة أو مقام أكبر من الآخرين . وغالباً ما يؤدى ذلك إلى اختلافات كبيرة فى الامتيازات والمكافآت والجوائز والعلاوات . والواقع أن تباين السلطة معناه أن البعض يستطيع أن يجعل الآخرين يطيعون أوامره . والسلطة توحى عادة أن أصحابها يحظون بتأييد الجماعة ككل عند ممارستهم هذه السلطة . أما الهيبة أو المقام أو « الشرف الاجتماعى » ، فيعنى أن بعض أعضاء الجماعة ينظر إليهم الآخرون باحترام أو بترفع وازدراء لسبب أو لآخر . والواقع أن كل عضو فى الجماعة يحصل على أو يخصص له مركز أو وضع فى الهيئة التى تتولى السلطة والمقسمة إلى مراتب طبقاً لمجموعة من العوامل السابقة .

وحتى تؤدى الجماعة وظيفتها بسهولة ويسر فإنه من الضرورى الاعتراف بالمرتبة الاجتماعية للأفراد ، وأن يعترف كل فرد بهذا التنظيم بحيث يكون سلوكه نحو الآخرين معتمداً على أن يضع فى اعتباره مرتبة من يتعامل معه . وسواء كان الشخص يعجبه المراتب أم لا ، فإنه نظام لا غنى عنه ولا مهرب منه ، وضرورى للتنظيم الاجتماعى حتى فى الجماعات التى تبدو أنها تتمسك بمبدأ المساواة .

وأخيراً يأتى دور العقوبات . وهى توجد فى الجماعات بهدف الحفاظ على السيطرة الاجتماعية . ولما كانت طبيعة الإنسان كما نعرفها ، فسوف يكون هناك دائماً اتجاه نحو السلوك المنحرف . فالناس تنتهك أحياناً نماذج أو معايير السلوك ، فهم يفشلون فى أداء أدوارهم كما هو متوقع منهم ، وهم يتحدون أوامر أو رغبات الأقوياء ، أو لا يعترفون

بوضع هؤلاء الذين يحظون بهيبة أو شرف اجتماعى . هذه الانحرافات تعطل عمل الجماعة كنظام للسلوك الاجتماعى يمكن توقعه أو التنبؤ به ، وهكذا فإنها تحد من كفاءة تحقيق الأهداف ، وتجعل الحياة مرهقة وحافلة بالتوتر لغالبية الناس . ولهذه الأسباب يتم تطبيق العقوبات السلبية لعقاب المنحرفين ، ولردع هؤلاء الذين قد يفكرون فى الإقدام على مثل هذه الانتهاكات . أما الحوافز الإيجابية فتستخدم لمكافأة الذين يلتزمون بالقواعد بطريقة واضحة ، ويساعدون الجماعة فى تحقيق أهدافها . ومن الواضح أنه من المهم جداً أن يكون لممارسات السيطرة الاجتماعية فى الجماعات نتائج متوقعة يمكن الاعتماد عليها إذا أردنا أن نتجنب العقوبات السلبية .

وبوجه عام ، فإن نظرية التنظيم الاجتماعى تركز إذن على الأحداث التى تقع بين الناس ، أكثر مما تهتم بما يجرى داخل رؤوسهم . ومن الواضح أن الناس يجب أن يتعلموا المعايير والنماذج والأدوار وبقية ما تنادى به النظرية . ولكن هذه التغييرات الداخلية فى النفس لا تحكى القصة كلها . فالسلوك الاجتماعى يعتبر شيئاً أكثر من مجموع أجزاء النظرية . فالجماعات تعتاد وجودها الذى يعتبر مستقلاً عن أعضائها الحاليين . وبينما يشكل الناس جماعات ، ويبحثون معاً عن أهداف خلال التفاعل الاجتماعى طبقاً للنماذج السائدة ، فإن توقعاتهم المشتركة تتحول إلى نظم اجتماعية ثابتة تخصصهم . وقد كان كولى على حق فى التعرف على « الصور التى يتخيلها كل منا عن الآخر » ، بوصفها « حقائق ثابتة » للمجتمع . وهكذا ، فإن نظرية التنظيم الاجتماعى توضح لنا كيف أن التوقعات الثابتة التى يتسم بها نظام اجتماعى تستطيع أن يكون لها نفوذ قوى على سلوك الأفراد .

الصور التى تعرضها وسائل الإعلام كمصادر للتوقعات الاجتماعية

إن وسائل الإعلام الجماهيرية تعتبر مصدراً كبيراً للتوقعات الاجتماعية النموذجية حول التنظيم الاجتماعى لجماعات معينة فى المجتمع الحديث . وبمعنى آخر ، فإنها فى مضمونها تصف أو تصور النماذج والمعايير ، والأدوار ، والمراتب ، والعقوبات لكل أنواع الجماعات المعروفة فى الحياة الاجتماعية المعاصرة تقريباً .

والشباب من الصغار عندما يقرأ الكتب ، أو يشاهد التليفزيون ، أو يذهب

لمشاهدة فيلم سينمائى ، أو يقوم بما يشبه ذلك من ألوان النشاط ، يستطيع أن يرى معايير عشرات من الجماعات رغم أن هذا الشباب الصغير السن لم يغادروا منازلهم بعد ولم يستقلوا بحياتهم . فهم يرون أو يقرأون عن عصابات إجرامية ، وعن مطاعم حديثة ، وعن فرق من الجراحين ، وعن البوليس ، وعن العائلات الغنية ، وعن فرق موسيقى الروك ــ وعن غير ذلك كثير فى قائمة لا تنتهى من هذه النماذج . ومن نفس هذه المصادر يستطيع الصغار أن يتعلموا أى نوع من السلوك والدور المتوقع منهم إذا أصبحوا مخبرين خصوصيين ، أو أساتذة بالجامعة ، أو راقصى باليه ، أو من محترفى الغوص تحت الماء ، أو مدربى لعبة التنس . وبالمثل ، فإنهم يستطيعون رؤية نماذج الشرف الاجتماعى أو الخزى الاجتماعى ، والتصرفات التى تدل على التبجيل والاحترام أو على الازدراء ، والتى يلقاها الأشخاص الذين يشغلون مناصب مختلفة داخل الجماعات . وأخيراً ، فإنهم يستطيعون أن يمارسوا وهم يشعرون بما يشعر به الآخرون لعبة المكافآت التى تصاحب عادة الرضا عن السلوك ، أو العقوبات التى تنتج عن عدم الرضا لانحراف هذا السلوك .

إن هذه دروس قوية ومعقدة . ومن الواضح أنه لن يحدث أن كل الصغار سوف يدخلون فى كل الجماعات ويشاركون فى نشاطاتهم ، ونقصد تلك الجماعات التى تصور وسائل الإعلام نماذج التنظيم الاجتماعى فيها . ولكنهم قد ينضمون إلى بعض الجماعات على الأقل . وستكون الصور التى قدمتها لهم وسائل الإعلام عن السلوك الاجتماعى هى الشكل الوحيد لدخولهم هذه المجتمعات والمشاركة فيها . وحتى الدراسات الأولى عن تأثير وسائل الإعلام على الأطفال (الدراسات التى مولتها مؤسسة بين والتى أجريت فى العشرينيات من هذا القرن) كشفت أن الصغار يستوعبون النماذج والمعايير ، وتحديد الأدوار ، والمفاهيم الأخرى للتنظيم الاجتماعى مما يشاهدونه على الشاشة .

وعلى هذا الأساس ، فإن نظرية التوقعات الاجتماعية تتعلق بعوامل التطور الاجتماعى لوسائل الإعلام ، والتى تنتج عن تصويرها لنماذج ثابتة لحياة الجماعة . ومثل هذه النماذج الثابتة تحدد ما هو متوقع من الناس أن يفعلوا عندما ينتسبون إلى بعضهم البعض فى الأسرة ، وعندما يتعاملون مع زملائهم فى العمل ، أو عندما يذهبون لدور العبادة ، أو يدرسون ، أو يشترون سلعاً استهلاكية ، أو يشاركون فى حياة الجماعة بطرق أخرى مختلفة . وعندما تقوم وسائل الإعلام بالتحديد بتصوير كل شىء من علاقة

الطفل بأمه إلى مراعاة السلوك الاجتماعى فى حالات الوفاة ، فإنها تساعد بذلك على تحديد التوقعات التى يكتسبها الأعضاء المحتملون للجماعات قبل أن يساهموا فعلاً فى النشاطات المنظمة للجماعة . وهذه الوسائل الإعلامية تعتبر أيضاً مصدر للتوقعات حول كيفية تصرف الناس فى الأنواع الأخرى من الجماعات التى يتألف منها المجتمع . ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لهذا الشرح فى المقترحات التالية :

(١) إن نماذج التنظيم الاجتماعى التى تظهر على شكل معايير وأدوار ومراتب ، أو عقوبات ومكافآت ، تتعلق بأنواع معينة من الجماعات يتم غالباً تصويرها فى المضمونالإعلامى .

(٢) هذا التصوير لأية جماعة معينة قد يكون حقيقياً ، وقد يكون غير ذلك .. فقد يكون جديراً بالثقة أو مضللاً ، دقيقاً أو مشوهاً .

(٣) ومهما كانت علاقة هذه الصور بالحقيقة والواقع ، فإن جماهير المشاهدين يهضمون ويستوعبون هذه التحديدات ، وتصبح هذه الصور هى مجموعات التوقعات الاجتماعية التى تعلموها حول الكيفية التى من المتوقع أن تتبعها هذه الجماعات فى سلوكها .

(٤) وهذه التوقعات تعتبر جزءاً هاماً من فهم الناس السابق للسلوك المطلوب أن يتبعه المشاركون فى الجماعات التى سوف يصبحون أعضاء فيها .

(٥) وهذه النماذج لتوقعات السلوك من جانب أعضاء الجماعات الأخرى العديدة التى تتألف منها الطائفة أو المجتمع تعتبر جزءاً هاماً من معلوماتهم العامة عن النظام الاجتماعى .

(٦) كما أن التحديدات والتعريفات التى توفرها هذه التوقعات تفيد كدليل للعمل ، أى أنها تحدد للأفراد كيف يتصرفون شخصياً تجاه الآخرين الذين يلعبون أدواراً فى جماعات معينة ، وكيف يتصرف الآخرون تجاههم فى مختلف الظروف الاجتماعية .

إن مثل هذه التأكيدات تقرب بين منطقتين من الدراسات الرفيعة حول علوم السلوك الحديثة وهما : التعلم فى شكل التطور الاجتماعى ، وتحويل النشاط الإنسانى إلى نماذج

على شكل تنظيم اجتماعى . إن التعلم ، والتنظيم الاجتماعى هما المفهومان الرئيسيان (أو المركزيان) لكل من علمى النفس والمجتمع . وليس من السهل تصور نظرية صحيحة عن الآثار بعيدة المدى لوسائل الإعلام تتجاهل هذين المفهومين . وبالإضافة إلى ذلك ، فإن نظرية التوقعات الاجتماعية تقدم لنا تفسيراً للتصرف الاجتماعى الذى لا يعتمد على القوى الذهنية ، والعوامل التى تشكل وتسيطر على السلوك الإنسانى . والفكرة القديمة أن وسائل الإعلام (١) تنقل المعلومات (٢) ويتذكرها الفرد بطريقة تشكل لديه قوى داخلية مثل المواقف والآراء التى (٣) تتفق وتنسجم مع بعضها إلى حد كبير و(٤) يعمل كلاهما على تحريك وتوجيه السلوك العلنى . . هذه الفكرة القديمة تصبح غير ضرورية . إن نظرية التوقعات الاجتماعية هى صياغة أبسط فى مفهومها : فهى مبنية على فكرة أن (١) تقوم وسائل الإعلام بنقل المعلومات المتعلقة بقواعد السلوك الاجتماعى التى يتذكرها عضو الجماعة و(٢) هذه العملية تؤثر مباشرة فى السلوك العلنى الواضح وتشكله . وبذلك ، فإن الجهاز المعقد لتشكيل المواقف أو تغييرها ، والافتراضات المتعلقة بالمراسلات بين المواقف ــ والسلوك ، وجميع الافتراضات الصعبة الأخرى للتفسيرات العقلية تصبح بكل بساطة غير ضرورية . وإذا كانت الحالة كذلك ، فإن النظرية تعتبر أكثر بخلاً وتقتيراً ــ وهذا اعتبار هام فى تطور التفسيرات .

وبتلخيص ، فإن نظرية التوقعات الاجتماعية تعتبر تفسيراً أو وصفاً للمؤثرات بعيدة المدى وغير المباشرة التى تؤدى إليها وسائل الإعلام . ومثل كثير من النظريات ، فإنها تعتبر مشتقة من اعتبارات أساسية أكثر . ولقد بينا أنها تطبيق لنظريات أكثر عمومية عن عملية التطور الاجتماعى ، والتنظيم الاجتماعى . فهو تصور وسائل الإعلام كعامل مساعد للتعلم (غير متعمد وغير مخطط له سابقاً) يربط بين الاثنين .

وبهذا المفهوم ، فإن نظرية التوقعات الاجتماعية تعتبر مشابهة كثيراً لنظرية النموذج ، التى تقدم هى الأخرى تفسيرات للتأثيرات بعيدة المدى . فهى أيضاً مستوحاة من مصادر أكثر عمومية هى التطور الاجتماعى ونظرية التعلم الاجتماعى الأكثر شمولاً . وكلتا النظريتان تحاولان أن تثبتا أن الناس يستطيعون استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية كمصادر يحصلون منها على الإرشادات للسلوك المناسب الذى سوف يساعدهم على التكيف مع العالم المعقد الذى يعيشون فيه ــ سواء حدث ذلك عمداً أو حدث بدون إدراك واع .

ولا تفيد لا نظرية النموذج ، ولا نظرية التوقعات بالذات ، كدليل للبحث إذا كانت الاستراتيجيات مقصورة على التجربة أوعينة الاستقصاء ، فكلاهما يساعد فى شرح كيف أن أنواعاً معينة من مضمون وما تقدمه وسائل الإعلام تستطيع أن تلعب دوراً فى التطور الاجتماعى على المدى البعيد للأشخاص فى مجتمع تكون فيه وسائل الإعلام الجماهيرية متاحة بوفرة كبيرة . ولكنه من الصعب تصميم تجربة نتحكم فيها ، ونستطيع أن ندرج فى قائمة كل التصرفات التى يقوم بها أى فرد والمستوحاة من النموذج فى المضمون الإعلامى وذلك فى خلال فترة زمنية طويلة . وبالمثل أيضاً ، فإنه من الصعب تصور بحث اجتماعى يستطيع أن يبين لنا فى تقدير واحد ، أو حتى بعد عدة تقديرات ، نوع المعايير والأدوار والمراتب والمكافآت والعقوبات التى لقيتها عينة من الأشخاص فى وسائل الإعلام أثناء فترة أطول نسبياً .

وهذا يوحى بأن كلاً من نظرية النموذج ونظرية التوقعات الاجتماعية هما تفسيران لنظام مختلف من النظريات الأخرى المستوحاة من النموذج الذهنى أو العقلى . فالنظريتان ليستا عبارة عن مجموعة المقترحات المترابطة جيداً ، والتى تقدم لنا العلاقات المنهجية المنظمة بين متغيرات قليلة بعضها مستقل والآخر تابع ، وذلك على غرار نموذج العلوم الطبيعية . بل هما إطار أشمل نسبياً ، للمنظور أو المفهوم ، يساعد على تنظيم وتفسير العلاقات بين الفئات المختلفة لمضمون وسائل الإعلام ، والتأثيرات ذات المدى البعيد على الأشخاص وعلى المجتمع . وكلتا النظريتين تعرض ، فى صورة مصغرة ، مبدأ مركباً يعتبر مزيجاً للعلاقات والتأثيرات . وكلاهما أيضاً يقدم نفس المعنى الذى قدمه داروين عن الإطار الفكرى للتطور الذى جعل من الممكن رؤية العلاقة بين التكيف للبيئة ، وبين ظهور سلالات جديدة من الكائنات . وقد يصبح من السخف اقتراح أن أياً من نظرية النموذج أو نظرية التوقعات الاجتماعية سيكون لها أو يجب أن يكون لها المرتبة العالية التى تحظى بها نظرية داروين الشهيرة . ولكن هذا ليس ما نقصده ، فالمهم هو أن تركيبها الفكرى واحد على نطاق صغير جداً .

والواقع أنه حتى الآن ، لم يقم أحد الباحثين بإجراء تجربة إطلاقاً ، أو بعمل استقصاء يعتمد على العينة للظواهر البيولوجية ، بحيث تثبت أو تدحض نظرية داروين الشهيرة والمبدأ الذى تقوم عليه للنشوء والارتقاء . وليس من المحتمل ، ولا هو حتى من الضرورى ، أن يفعل الباحثون ذلك فى يوم من الأيام ، وبنفس المعنى ، فإنه ليس من

المحتمل أن يتوفر أيضاً مثل هذا الدليل بالنسبة لنظريتى التأثير غير المباشر اللتين ناقشناهما هنا . ولكنهما من الممكن أن يثيرا قدراً كبيراً من الملاحظة المنظمة والمنهجية عن مضمون (محتوى) وسائل الإعلام وآثاره بالنسبة لكل من التصرفات المبنية على النموذج ، وتصوير التوقعات الاجتماعية . والنظريتان تشجعان أيضاً الملاحظة على المدى الطويل للناس سعياً وراء آثار عملهما فى السلوك اليومى للمواطنين فى مجتمعنا الذى تزداد فيه أهمية وسائل الإعلام .

الهوامش

1. *The Republic of Plato*, trans. Frances MacDonald Cornfield (London: Oxford University Press, 1941), pp. 66--92.
2. For a classic statement of the significance of the process, see John A Clausen, ed., *Socialization and Society* (Boston: Little, Brown, 1968).
3. Robert A. Levine, *Culture, Behavior, and Personality* (Chicago: Aldine Publishing Company, 1973). See especially pp. 61–68.
4. Sigmund Freud, *An Outline of Psychoanalysis* (New York: W. W. Norton and Company, 1949.
5. Albert Bandura, *Social Learning Theory* (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1977).
6. Ibid. p. 13.
7. The earliest accounts of extensive modeling of behavior shown in films were part of the Payne Fund studies. In particular, the large-scale qualitative studies of Herbert Blumer showed the enormous extent to which youngsters of the time took on the mannerisms, speech styles, overt behaviors, and even clothing fads of the stars. See Herbert Blumer, *The Movies and Conduct* (New York: The Macmillan Company, 1933). For other well-known accounts, see: Albert Bandura, *Aggression: A Social Learning Analysis* (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1973); and R. M. Liebert, J M. Niele, and E. S. Davidson, *The Early Window: The Effects of Television on Children and Youth* (New York: Pergamon Press, 1973).
8. Allen Liska, *The Consistency Controversy: Readings on the Impact of Attitudes on Behavior*: (New York: John Wiley and Sons, 1975).
9. Charles Horton Cooley, *Human Nature and the Social Order* (New York: Schocken Books, 1964), p. 184. First published in 1908.
10. Melvin L. DeFleur, *Theories of Mass Communication*, 2nd ed. (New York: David McKay, 1970), p. 129; see also pp. 129–39.

وسائل الإعلام وبناء المعنى

إن دراسة الاتصال ــ من وجهة نظر شاملة ــ لها تاريخ قديم ، ولكنها لم تحظ إطلاقاً بنفس المركز الشائع ولا بالنتائج الملموسة التى قدمتها الكثير من النظم العلمية التقليدية . وهكذا كان الحال بلاشك لأسباب عديدة من بينها صعوبة موضوع البحث ، وحقيقة أن ما تم التوصل إليه فى هذا المجال قد أخفى إلى حد كبير عن الجمهور ، ولكنه موجود فى أبحاث يصعب فهمها على الرجل العادى ، والتى قام بها الفلاسفة ، وعلماء الاجتماع ، وباحثون آخرون .

كما أن دراسة وسائل الإعلام ، كنظام منفصل ، قد بدأ بالكاد . وبينما يتوق الجمهور كثيراً لمعرفة ما الذى يفعله بهم شكل معين من أشكال المضمون الإعلامى ، إلا أن الأبحاث المتعلقة بوسائل الإعلام الجماهيرية مازال أمامها أن تقدم انطباعاً طيباً لدى جمهور الباحثين . والأسباب واضحة تماماً . إن محاولات تطوير أبحاث وسائل الإعلام كمؤسسة علمية قد عملت بأقصى طاقتها منذ بضعة عقود من الزمن (عشرات السنين) فقط . وهذه المحاولات تصادف النجاح الآن ، ولكنها فى البداية صادفت نفس المشاكل التى لقيتها الأنواع القديمة لأبحاث الاتصال . ويضاف إلى هذه العقبات أن معظم المضمون أو المحتوى الإعلامى يتصف بمستوى ثقافى منخفض ، ويتراوح بين

الإعـلانات التجارية وأفلام الكارتون ، إلى برامج المسلسلات وبرامج الرياضة التى تقبل عليها الجماهير . وهـذا يوحى بأنـه لما كانت معظم محتويات وسائل الإعلام سطحية ، فإن آثارها من المحتمل ألا تكون هامة ، وبالتالى ، فإن من يدرس مثل هذه الأشياء لابد أنهم أشخاص محدودرن عقلياً ويشغلون أنفسهم بأبحاث لا قيمة لها فى النهاية . وكما قال ملاحظان عن هذه النقطة :

> إن دراسة عملية الاتصال لها تاريخ طويل ، ولكنها عوملت فى العادة على أنها تافهة . وفى تقديرنا أن الأشكال المختلفة للاتصال كانت فى معظم الأحوال محل الاهتمام الأول لأصحاب العقول العلمية من الدرجة الثانية ، كما أن هذه الأبحاث نفسها كانت محل الاهتمام الثانوى لأصحاب العقول من الدرجة الأولى [1] .

ودفـاعاً عن مثل هذه المزاعم ، فإن المرء يشعر أنه يجب أن يقتبس من كلمات المؤلف الأمريكى مارك توين الـذى عنـدمـا سمـع أنـه قد هوجم علانية لكونه بليد الذهن وبلطجياً ، وفى معظم الأحيان كان يعود إلى البيت مترنحاً من الخمر ويضرب زوجته بوحشية ، قال توين ببساطة : « إن نصف هذا الكلام حقيقى بالكاد ! » .

ومن المحتمـل أن الـرد الحقيقى على مثـل هذا الكلام عن دراسات تأثير وسائل الإعلام هو الحقيقة القائلة أنه فى معظم الأحيان يستغرق أى نظام جديد للبحث وقتاً طويلاً لكى يبـدأ تنفيذه . وقبل أن يصبح هذا النظام مقبولاً من الآخرين ، فإن عليه أن يقرر حدوده بوضوح ، وأن يؤسس براهين اعتماده بطرق عديدة ، وأن ينظم كيفية تعليمـه ، وأن يتفق العلماء على وسـائله ، ويتعـرفوا على معاييره للمعرفة التى يمكن قبولها ، وأن يعتمد الذين يمارسون هذه الأبحاث . وأخيراً ، فإن هناك خطوة هامة جداً وهى التعرف على الجذور الفكرية لهذا النظام وتقديرها .

إن الأسس الفكرية لأى نظام علمى ، غالباً ما توجد فى مؤلفات المفكرين السابقين الـذين واجهوا نفس الموضوعات التى تواجه الدارسين المعاصرين . ومن الواضح أن معالجة السـابقين لهذه الموضوعات كانت فى حدود القيود المفروضة عليهم وإمكانياتهم المتـاحـة فى ذلـك الـوقت . وعندما يبدأ نظام علمى جديد مراحله التأسيسية ، فإنه لا يكون واضحاً فى العادة أن المؤلفات القديمة قد تركزت حول الموضوعات التى نرى

أنها معاصرة لوقتنا . ولكن عندما نصل إلى نقطة ما ، فإننا ندرك أن الباحثين القدامى قد وضعوا بالفعل مفاهيم معينة ، وتوصلوا إلى استنتاجات فى ميدان الثقافة الفكرية العامة ، وأن هذه قد أصبحت جزءاً من مبادىء النظام العلمى الجديد حيث لا مفر من ذلك . ولهذا ، فلابد من دراسة هذه الأفكار للسابقين بدقة ، وأن تصبح جزءاً من الميراث الفكرى للعلم الجديد .

ولكن أن يتأثر الباحث بفكر فلاسفة لا يكاد المرء يعرف أسماءهم ، ولا يكون قد قرأ بالمرة أعمالهم ، يعتبر عملية تحتاج إلى دقة ومهارة وذكاء . إن التأثيرات القديمة مغروزة فى ميراث الإنسان من اللغة ، وهى من الحقائق الواضحة والتى تكشف عن نفسها ولكن من الصعب التعرف عليها . وحتى إذا أعيد اكتشافها ، فإن النتائج التى نتوصل إليها حول تأثيرها سوف تظل محل جدل . ورغم ذلك ، فإن أى نظام علمى يجب أن يبحث عن (ويتعرف على) أسلافه من المفكرين .

ومتى تم التعرف على أسس ميدان البحث العلمى ، يحدث نضج نحتاجه كثيراً . ويصبح النظام ترجمة معاصرة للبحث عن معرفة بدأ قبل ذلك بوقت طويل . ويقف الباحثون المعاصرون هنا فوق أكتاف العمالقة الذين سعوا أولاً لاكتشاف مبادئه . وهناك نقطة أخرى هى أن عملية النضج هذه تساعد على إقرار شرعية العلم الجديد بين جماعة العلماء . وأهم من ذلك أن النضج يولد كفاءة فى البحث من أجل المعرفة . كما أن الباحثين مكتوب عليهم أن يعيدوا اكتشاف المبادىء الأساسية للعلم الجديد . وبدلاً من أن يخترعوا بسذاجة مفاهيم وتفسيرات كانت معروفة منذ قرون سابقة ــ مثل إعادة اكتشاف العجلة المعروفة جيداً ــ فإن البحث الجديد يستطيع أن يتتبع النتائج المترتبة على هذه المفاهيم والتفسيرات اللازمة لاهتماماتنا الحالية .

وهناك أبحاث علمية أخرى تعرضت لعملية النضج هذه . وأولها العلوم الطبيعية التى اكتشفت جذورها فى كتابات الدارسين القدماء الذين بدأوا دراسة العلوم الرياضية ، والسموات ، والمادة ، وجسم الإنسان . وفى أثناء القرن التاسع عشر تتبع علماء الاجتماع جذورهم إلى الفلاسفة القدماء الذين ناقشوا نظريات الحياة الفاضلة ، وتركيب الحكومة الذى يستطيع أن يوفر نظاماً اجتماعياً عادلاً . وفى نفس الفترة ، أعاد علماء النفس تتبع تاريخهم إلى الباحثين القدماء الذين حاولوا أن يفهموا الفروق بين جسم الإنسان وعقله .

ونفس الشيء يجب أن يحدث الآن فى دراسة وسائل الإعلام الجماهيرية . إن معظم الأفكار التى يتم بحثها اليوم لها بدايات وقعت منذ أمد طويل . ومن المؤكد أنه لم تكن هناك صحف ولا أجهزة تليفزيون فى القرون السابقة ، وفى نفس الوقت أيضاً ، لم تكن هناك المضادات الحيوية ولا سفن الفضاء . ولكن ليست هذه هى النقطة الهامة . فليس من الضرورى تتبع التطور التكنولوجى لوسائل الإعلام بهذه الطريقة ، وأهم من ذلك أن نواحى معينة فى عملية الاتصال البشرى ، وخصوصاً عمليات الاتصال التى تتم بواسطة وسائل الإعلام الآن ، تحتاج إلى دراستها وفحصها من منظور النظرية الفكرية . إن التعرف على مبادىء الحالة الإنسانية هى التى تستطيع أن تساعد الباحثين فى مجال وسائل الإعلام لفهم كيف أن الاتصال المبنى على وسائل الإعلام اليوم هو عملية مشابهة ومتميزة أيضاً عن الاتصال ما بين الأشخاص الذى كان يتم فى المجتمعات الإنسانية الأولى . وبدون بذل هذا المجهود ، فإن ميدان البحث سوف يظل مشغولاً بإعادة اكتشاف العجلات الفكرية التى أشرنا إليها سابقاً .

البحث عن مبادىء فى عصر التحول

إن البحث عن مبادىء دائمة للاتصال يمكن أن تنطبق على ما يجرى الآن ــ فى عصر تليفزيون الكابل ، والبث عن طريق الأقمار الصناعية ، وأنظمة الصحف التى تعمل بالحاسب الآلى (الكمبيوتر) ــ يجب إجراؤه مع الإدراك الكامل لما وصل إليه الإنسان من تطور كبير منذ محاولاتهم الأولى مع بدء الحياة على الأرض لتبادل المعانى . وفى أوائل صفحات هذا الكتاب ، قدمنا نظرية الانتقال أو التحولات ، وهى مبنية على ملاحظة أن تغييرات محددة جداً وهامة جداً فى نظم الاتصال قد تم تطويرها بواسطة الإنسان فى فترات مختلفة لعصر ما قبل التاريخ ثم عصر تاريخ الإنسان . وكان أول هذه التحولات هو التغيير الذى استغرق وقتاً طويلاً من عصر العلامات والإشارات إلى عصر الكلام واللغة . وتلا ذلك عصر ظهور الكتابة . ثم جاء التحول إلى الطباعة بطريقة أكثر مفاجأة . ثم أدى ذلك فى النهاية إلى عصرنا الحالى الذى يتغير بسرعة مذهلة فى مجال وسائل الاتصال الجماهيرى .

لكن أهم ملامح هذه التحولات ليست الوسائل التقنية (التكنولوجية) الخاصة

بها ، ولا المواعيد التى ظهرت فيها . فالمهم هنا هو مبادىء الاتصال ، وما ترتب على ذلك من نتائج فى حياة الإنسان . والواقع أن كل مرحلة من هذه التغييرات قد زادت بدرجة كبيرة من قدرة المجتمعات الإنسانية على تخزين واستعادة ونقل المعلومات . كما أن كل مرحلة ساعدت الإنسان إلى حد كبير على أن يتقدم على الأجناس الأخرى من الكائنات . وقد أعقب كل مرحلة توسع كبير فى مقدرة الإنسان الفريدة على استحداث وجمع حلول لمشاكل المواجهة والتكيف مع البيئة الاجتماعية والمادية . وقد استغرقت بعض هذه التحولات وقتاً طويلاً للغاية . لكن بعضها الآخر ظهرت بسرعة أكبر . ومهما كانت سرعة خطوات هذه التحولات ، فإن النتائج التى ترتبت عليها كانت ذات تأثير كبير فى التنظيم الاجتماعى للمجتمع ، وفى زيادة تقدم الثقافة ورفعتها ، ومكاسب أخرى فى قدرات الإنسان على التفكير .

هذه التطورات لها علاقة هامة جداً بتطور المعرفة فى ميدان أبحاث وسائل الإعلام الجماهيرية . وبالرغم من الإنجازات المذهلة فى مجال تحريك الصور المرئية والبث الفورى لها ، فإن وسائل الاتصال الجماهيرية مازالت تعتمد كلية وأساساً على استخدام اللغة — وهى أول الإنجازات العظمى التى ابتدعها الإنسان وكانت فريدة فى نوعها . وعلى هذا الأساس ، فإن فهم الأسس التى قامت عليها اللغة يقع فى قلب اهتمامات البحث العلمى لوسائل الإعلام . إن الطريقة التى يشارك فيها الناس بعضهم البعض فى فهم المعانى ، أو الفشل فى فهمها عن طريق استخدام اللغة ، تعتبر هامة جداً لفهم كيف يتم الاتصال بين الناس ، وما يترتب على ذلك من نتائج للجماهير . وهكذا ، فإن الدارس الجاد لوسائل الإعلام لابد أن يفهم طبيعة الكلمات ، والرموز الأخرى ، وعادات استخدام اللغة ، وطبيعة المعانى ، وآثار مشاركة المعانى على المفاهيم ، والعلاقة بين المعرفة المبنية على اللغة وبين السلوك .

وكان ثانى تحول عظيم هو اختراع الكتابة وانتشارها . مبادىء الاتصال المكتوب تظل إلى يومنا هذا هامة لمجتمعنا كما كانت عندما تم تسجيل المؤلفات الأولى للفلسفة . وبينما تزداد شعبية وشهرة وسائل الإعلام الأخرى ، فإن الكتابة تظل أكثر نظم الإنسان احتراماً عند استخدامها فى تخزين المعلومات واستعادتها وتبادلها . وبالرغم من أن عدداً كبيراً من المواطنين فى المجتمعات المعاصرة لا يتقنون القراءة والكتابة بدرجة عالية ، فإن الكتابة هى وسيلة الاتصال التى تعتمد عليها الحضارة المعاصرة . ولذلك ، فإنه من

المهم لأبحاث وسائل الإعلام أن تستمر فى دراسة كيف تؤثر مبادىء الاتصال على حياتنا الشخصية والاجتماعية .

ومنذ قرون قليلة مضت ، وقع تحول آخر عند اختراع الطباعة . فقد ساعدت كثيراً على التوسع فى استخدام الكتابة ، وأصبحت أساساً للتطور الحديث فى العلوم ، والفنون ، والثقافة ، والجامعات ، والأبحاث العلمية ، ومعرفة ما يجرى فى العالم بوجه عام . وفى وقت قصير بدرجة لا تصدق ، وفرت الكتب المطبوعة الوسائل التى تمكن الفلاسفة والباحثون ، والمستكشفون ، والشعراء ، والعلماء فى ذلك العصر ، أن يسجلوا ويتبادلوا ، وينشروا أفكارهم . وبينما كانت المطبعة تنتشر ، أصبحت المطبوعات بكل أشكالها هى الطريقة التى يتم بواسطتها نشر الأفكار العظيمة فى المجتمع الغربى . وقد غيرت إلى الأبد طبيعة الدين ، والحكومة ، والتعليم والفن ، والتجارة ، والمسرح ، والثقافة ، وحتى الثقافة الشعبية . واليوم تميل المبادىء التى تحكم الاتصالات المطبوعة فى الصحف ، والمجلات ، والكتب إلى أن تصبح فى المرتبة الثانية بعد الاهتمام الأكثر شيوعاً بالتليفزيون . ومع ذلك ، فإن البحث المستمر عن هذه المبادىء مازال هاماً لعلم الاتصالات المتطور مثلما كان فى الأزمنة الأولى .

وسيكون من قصر النظر حقاً أن نفترض أن المرحلة الحالية من تطورنا سيكون لها تأثيراتها على المجتمع والثقافة ، وعلى كل فرد بطريقة أقل عمقاً من التأثيرات التى حدثت سابقاً . وفى نفس الوقت فإنه من الصعب فهم التغييرات التى تقع . وحتى رغم أننا مغمورون فى عمق هذه التغييرات ، إلا أن الاتجاهات ذات المدى البعيد والتى لها طبيعة تصعب على الفهم ولتعقيدها ، يمكن أن يكون من المستحيل التعرف عليها ، وفهمها وتقييمها . ومن الأمثلة الجيدة لهذه المشكلة ما نجده فى استنتاج العالم توماس هوبز عام ١٦٥١ حول أهمية الطباعة . فبعد قرن كامل من انتشار استخدام المطبعة فى أوروبا ، وبالرغم من الزيادة الفلكية فى الكتب المتاحة ، فقد رفض هوبز الطريقة الجديدة للاتصال على أنها لن يترتب عليها الكثير . إلا أنه كان واعياً جداً بالمراحل السابقة للتحولات العظمى على مدى القرون الأخيرة حين قال :

> إن اختراع الطباعة ، رغم أنه أمر فى منتهى الإبداع ، إلا أنه ليس عظيم الأهمية إذا قارناه باختراع الحروف الهجائية . . لكن الكتابة تعتبر اختراعاً مفيداً لاستمرار ذاكرة الزمن

> الماضى . . لكن أكثر الاختراعات نبلاً وفائدة هو القدرة على الكلام والتخاطب ونطق الأسماء والربط بينها . وبالنطق والكلام ، استطاع الرجال تسجيل أفكارهم ، واستعادتها بعد أن تصبح فى الماضى ، وأن يعلنوها الواحدة بعد الأخرى للفائدة المتبادلة وللتحدث معاً والحوار [٢] .

ويبدو أن من المحتمل أن التغييرات التى نتجت عن فترة التحول الحالى فى وسائل اتصالنا لن يمكن فهمها بالكامل إلا بعد أن ينظر إليها الباحثون فى الأجيال القادمة ، وبعد أن يتفحصوا عهدنا ويروا كيف غيرت وسائل الاتصال الجماهيرية طبيعة الحياة الإنسانية فى أيامنا .

ومما يساعدنا أن نتخذ مثل هذا المنظور بالنظر إلى الوراء ، مع فحص التطور البطىء لمبادىء معينة فى وسائل الاتصال والتى برزت من العصور القديمة . وقد لا نستطيع الآن أن ننظر إلى الوراء إلى وسائل اتصالنا المعاصرة ، ونرى بدقة كيف تعمل ، أو كيف تغير حياتنا . غير أننا نستطيع أن نستخرج مبادىء الاتصال التى لا علاقة لها بالزمن ، والتى تم اكتشافها فى الماضى ، لنرى إن كانت هذه المبادىء ذات جدوى فى فهم النتائج المترتبة على الاتصال فى عصر وسائل الإعلام .

وإحدى المناطق التى قد يساعدنا البحث فيها بهذه الطريقة هى بالنظر إلى الطريقة التى كان الإنسان يطور بها فهمه للعالم المادى والاجتماعى حوله . فقبل عصر اللغة ، قد يكون ذلك حدث نتيجة للتجربة الشخصية إلى حد كبير ، مثل التعلم عن طريق التجربة والخطأ ، مع الحصول على بعض عناصر الفهم من العلامات والإشارات الخاصة بالآخرين . وهذه الطريقة لا تختلف كثيراً عن الطرق التى سيطرت بها الحيوانات الأخرى المعقدة على البيئة المحيطة بها .

إن اللغة توفر وسيلة أكثر فعالية للفهم ، ومن الواضح أنها توفر أيضاً مقدرة أكثر تزايداً للحصول على المعلومات من الآخرين . ولكن اكتساب الفرد للمعرفة ظل طوال ألوف السنين يحدث بدون أن يستعين بالاتصال عن طريق وسائل الإعلام المتاحة لنا الآن . ولم يكن أمام المجتمعات الناطقة سوى القليل ، مثل اللغة والصوت البشرى ، لكى تعبر بهما الثغرة بين حقائق الطبيعة الموضوعية وبين العالم الذاتى للمعانى فى داخل الفرد .

لكن ، كيف استطاع الناس أن يعرفوا العالم من حولهم ، وأن يتحدثوا معاً عن ذلك ، وأن يتفقوا على تفسيرات لذلك ، هذا السؤال يظل هاماً لمعرفة كيف يختلف الإنسان عن الحيوان . ومما لاشك فيه أن ذلك كان أول المشاكل التى تم التفكير فيها ، حتى حول نيران طهى الطعام فى عصور ما قبل التاريخ ، حينما اكتسب الإنسان القدرة على التلخيص ، والجدل ، والتحليل . ولهذا السبب ، فإن الفرق بين الإنسان والحيوان كان من أهم الموضوعات التى بحثها الفلاسفة الغربيون الأوائل بطرق أدق نسبياً فى تعاليمهم وفلسفتهم الأولى . وفى الوقت الذى أمكن فيه استخدام الكتابة (وبهذا أصبح ممكناً تسجيل هذه التعاليم والفلسفات) ، فإن مشكلة كيف استطاع الناس فهم العالم الخارجى حولهم أصبح شيئاً قديماً .

ولما كانت وسائل الاتصال هى العملية المركزية التى يحصل الناس عن طريقها على فهم ذاتى للحقيقة الموضوعية ، فإن هذه العملية تظل موضوعاً للدراسة غير محدد بوقت معين . ومازال أمامنا الكثير لكشف مبادئه بالكامل . ويصبح الدور الذى تلعبه وسائل الاتصال الإعلامية فى هذه العملية أكثر أهمية بينما تستخدم أعداد متزايدة من الناس المعاصرين وسائل إعلام أكثر تزايداً . ولهذا السبب ، فإننا سوف نخصص الجزء الباقى من هذا الفصل للطريقة التى يتم بها فهم العلاقة بين الواقع الخارجى ، والتركيبات الداخلية لهذا الواقع والتى ابتكرها الإنسان عبر عدد من القرون . والهدف من هذا التحليل ليس إظهار أن المشكلة قديمة ، ولكن لكى نبين كيف أن بعض مبادىء الفهم الإنسانى التى تم كشفها فى القرون الماضية ترتبط بالموضوعات الرئيسية التى تدور حول تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية اليوم . وإدراكنا لعدد كبير من التأثيرات غير المباشرة لوسائل الإعلام المعاصرة يعتمد بالتأكيد على أساس فكرى يرجع إلى الزمن القديم .

السؤال القديم :
كيف نعرف الحقيقة والواقع ؟

قلنا من قبل أنه من المحتمل أنه ، حتى فى عصور ما قبل التاريخ ، كانت هناك أسئلة هامة حول الملامح العظمى للعالم المادى ، وعن أصل الإنسان ، وعن الطبيعة الأساسية

للبشر ، وطريقة للتوصل إلى نظام اجتماعى عادل . وللأسف ، فإنه ليس لدينا تسجيل للاستنتاجات التى تم التوصل إليها حول هذه الموضوعات ، وقبل ظهور الفلسفة . إن تعبير « الفلسفة » ذاته يأتى من كلمتين فى الإغريقية هما « الحب » و « الحكمة » .

وقبل أفلاطون ، لم يترك الفلاسفة ميراثاً من الأعمال المكتوبة ، رغم أننا نعرف بعضاً من تعاليم الفلاسفة الأوائل من خلال الأفكار التى نسبت إليهم بواسطة مؤلفين جاءوا فيما بعد . ومن الواضح أنهم كانوا مهتمين بدراسة المبادىء التى تحكم طبيعة الوجود ، أى الوجود فى الواقع والمعرفة ، أو المقابل الذاتى لهذا الواقع .

وقد قدمت دراسة « الوجود » الأسس الأولى للعلوم الطبيعية لأنها اهتمت بطبيعة الواقع نفسه . وجرى البحث عن فهم المواد التى تتألف منها الأشياء ، وما تفعله الشمس والقمر والكواكب وطبيعة الحيوانات ، وهكذا . وكانت مشكلة « المعرفة » هى التى أدت فى النهاية إلى ما نسميه الآن علم النفس ، وإلى كافة العلوم الاجتماعية المعاصرة ، لأنها كانت مهتمة بالعلاقة بين ما يمثله الواقع ذاتياً (المعانى) ، وبين تأثير هذه المعرفة على سلوك الإنسان . وهكذا ، فإن العلاقة بين المعرفة والتصرف كانت أهم موضوع عند المفكرين الإغريق وأكثرها حساسية ، لأنه كان الأساس للتوصل إلى منظور الفضيلة والعدل . وقد أدرك هؤلاء الفلاسفة أنه عندما يكتسب شخص ما معرفة داخلية لطبيعة الأشياء ، فإن هذه المعرفة توفر أساساً لتحديد النماذج المناسبة للسلوك تجاه هذه الأشياء . وهذا صحيح بالنسبة للعلاقات الاجتماعية . وإذا أمكن معرفة الطبيعة الاجتماعية الأساسية للإنسان ، فإننا نستطيع أن نجعلهم يتصرفون بفضيلة نحو بعضهم البعض . وإذا تحقق ذلك ، فإنه يمكن وضع الخطط لتنظيم المجتمع حتى يسود العدل فى حياة الإنسان . هذه الأسئلة الأساسية حول الطبيعة ، وطبيعة الإنسان ، كانت إذن مثار الاهتمام الأساسى منذ ألوف السنين . وكانت النقاط الأولى لبدايات العلم وعلم النفس ودراسة السياسة ، هى موضوعات غير محدودة بزمن مازلنا نسعى للحصول على إجابات عنها ونكافح من أجل هذه الإجابات حتى يومنا هذا .

ومن نواح عديدة ، فإن الفلسفة المنظمة تبدأ بأفلاطون . وكانت « جمهورية أفلاطون » أول كتاب كامل عن التحليل الفلسفى الذى بقى حتى الآن . وكان أفلاطون تلميذ سقراط الذى كانت تعاليمه بمثابة الأساس للكثير من أفكار أفلاطون الهامة . ومن الأستاذ استوحى أفلاطون الطريقة السقراطية كوسيلة لتحليل الأفكار :

فقد كان يضع سؤالاً هاماً ، ثم يحاول بعد ذلك أن يصل إلى إجابات للسؤال فى مناقشات جماعية مع طلبته . وتستخدم ندوات الباحثين فى الدراسات العليا المعاصرة هذه الطريقة حالياً .

وأقنع سقراط تلميذه أفلاطون بأن مبادىء معينة يجب استخدامها لتطوير المعرفة . وعلى سبيل المثال ، فقد ركز سقراط على أهمية التعريفات . أو بمعنى آخر افترض أنه لكى يعرف المرء شيئاً ، فإن عليه ألا يسميه فقط ، بل يجب أن يضع له تعريفاً ذا تعبيرات محددة ، وأن يستخدم هذا المعنى بشكل دائم فى المناقشات . ويضيف سقراط أنه فقط عندما نبدأ بتعريفات واضحة وموجزة ، ثم نتبع بعد ذلك القواعد التى حددت معناها بطرق موحدة ، فإننا نستطيع أن نجادل بالمنطق من المقدمات إلى النتائج حتى نصل إلى الحقيقة [٣] . وحتى يومنا هذا ، مازلنا ملتزمين بقوة لهذه المبادىء عن المفاهيم والمعانى والعادات والتقاليد كأسس للتحليل المنطقى .

ولكن كيف نصل إلى المعانى بحيث يتفق الناس عليها ؟ لقد أصبح هذا السؤال ذا أهمية خاصة عند أفلاطون . وفى الواقع ، فإن مسألة كيف يحصل الإنسان على تفسيرات داخلية ذاتية للواقع الموضوعى للعالم كان أهم موضوع للفلسفة طوال ألوف السنين . ومازال هذا الموضوع له أهمية كبرى لأنه يخاطب أو يبحث أكبر موضوع أساسى فى الاتصال الإنسانى . وإذا لم نصل إلى معان ذاتية لمختلف نواحى الواقع الموضوعى ، ونسميها ، ونتفق على هذه المعانى ، فإننا لن نستطيع الاتصال مع بعضنا حولها مثلما نفعل الآن ، ولن نستطيع أن نعمل على المستوى الإنسانى . إن مسألة العقل فى مواجهة الواقع ، وكيف يعرف أحدهما الآخر ، تصبح إذن فى صميم الوجود الإنسانى . وقد فهم الفلاسفة الإغريق هذه الفكرة تماماً .

وتوجد أساساً ثلاثة موضوعات متجسدة فى المشكلة القديمة « كيف نعرف » . وإحداها هى مشكلة تقسيم العالم الذى نتصل به بحواسنا إلى أقسام يمكن إدراكها عقلياً ، وإعطاء اسم أو رمز لكل منها . ومع هذه المشكلة ، ولا يفترق عنها ، مشكلة كيف نصنف فى ذاكرتنا مجموعات معينة من التجارب الداخلية التى نستطيع أن نسميها ، وأن نتعرف عليها بتكرار على أنها المعنى الملتصق بالاسم . والواقع أن التصنيف ، والتعرف على المعانى ، يوفر لنا تعريفاتنا الخاصة التى تتفق مع شىء محدد ، أو مع ظرف معين أو حالة من الأحوال فى البيئة المادية أو الاجتماعية التى أطلقنا عليها

اسماً محدداً . وكلمة « مفهوم » أو الفكرة التى فى أذهاننا تشير إلى هذين العنصرين للمعرفة .

وهنـاك جزء لا ينفصـل عن تطور المفـاهيم ، ألا وهو الاتفاق على القواعد التى سيتضمنها اسم معين مع التعريف المحدد الذى يجسد معنى هذا المفهوم . لكن هذا ليس هو السلوك الإنسانى وحده ، بل نوع من الاتفاق الاجتماعى . ومثل هذه القواعد توفر لنا الاتفاق على المعنى والتعريف ، وتضع أسساً موحدة للروابط بين الكلمات التى نستخدمها عن مختلف نواحى البيئة المحيطة بنا ، وعن التجارب الذاتية للمعانى التى تثيرها هذه الكلمات .

وأخيراً ، فإن المعرفة التى لدينا عن بعض نواحى البيئة المحيطة بنا توفر لنا الأساس لكيف نتصرف حيالها . ولهـذا ، فإن موضـوع « النتـائج المترتبة » يتجسد فى المسألة القديمة عن العلاقة بين العقل والواقع . وهذا موضوع معقد للغاية ، وهو أهمها على الإطـلاق . فالمعرفة يمكن استقصاؤها وتتبعها من أجل المعرفة ذاتها ، وهذا الموضوع جدير بالبحث والتقصى ، ولكن معرفتنا وفهمنا لكل من العالم المادى والعالم الاجتماعى تتيح لنا أن نحصل على الدليل الذى يرشدنا إلى كيف يجب أن نعيش . إن هذا الموضوع هو الذى جعل فلاسفة الإغريق ، وقائمة طويلة من الفلاسفة بعدهم ، يقترحون نظماً مختلفة للحكم وللمجتمع حتى يمكن جعل الحياة عادلة بقدر المستطاع لأفراد المجتمع .

هذه الموضوعات الثلاثة : التوصل إلى المفهوم ، ثم الاتفاق عليه ، وأخيراً السلوك الذى سيترتب على ذلك ، ظلت طويلاً موضوعات محورية فى عملية تحليل المعرفة عند الإنسـان ، وتحليل الحـالة الاجتماعية للإنسان . وهى أيضاً أساس العلاقة بين اللغة والسلوك . ولهذا السبب ، فإن الطرق التى تم بواسطتها تحليلها وفهمها بواسطة عدد من أعظم المفكرين فى الماضى يجب أن نراجعها باختصار .

المفاهيم : أسس المعرفة

قدم لنا أفلاطون تحليلاً دقيقاً « للمعنى » فى نظريته عن الأشكال . وإذا أمكن لنا أن نعيد تسمية تحليله هذا اليوم لأطلقنا عليها اسم نظرية « المعانى » . فقد كان أفلاطون يبحث فى أهم مشكلة عن المعـرفـة ــ كيف نحدد ونفهم الأشياء التى توجد خارج تجاربنا

الذاتية . وكان هذا هو الموضوع الأول الذى يجب معالجته فى محاولتنا لحل مشكلة كيف نعـرف الواقع . واقتنع أفلاطون بأن المعرفة الإنسانية تنمو على أساس من « العوالم » أو الأفكـار العـامـة حول الصفـات الرئيسية لكل مجموعة من الأشياء التى يفكر فيها الإنسان . وأطلق على هذه الأفكار العامة اسم « أشكال » [٤] . واعتقد أفلاطون أن الواقع نفسه يتألف من هذه الأشكال . ولم يكن من الضرورى أن تكون هذه الأشياء لها وجود مادى ملموس مثل الحجر أو الشجرة أو الحيوان ، ولكنها يمكن أن تكون أشياء تجريدية مثل المثلث ، أو العدالة ، أو الجمال .

ويقـول أفـلاطـون ، إننـا إذا طورنـا فهمنـا للصفـات الأساسية لبعض الأشياء المحددة ، سواء كانت حقيقية أم مجردة ، فإننا نستطيع أن نتعرف على أى مثال معين لهذه الفئة ، وأن نفهمه ونناقشه . وهكذا ، فإننا إذا عرفنا العناصر الأساسية التى تفرق بين القط والتمساح ، أو بين الدائرة والمربع ، فإننا نستطيع أن نتعرف على أمثلة مجردة لكليهما بغض النظر عن تغيير اللون أو الشكل ، أو أى من الصفات غير الأساسية لهذه الأمثلة المحددة . وهكذا ، فإن معنى الشىء يتألف من شكله . وهو ترتيب الصفات الأساسية التى تفرق بين مجموعة من الأشياء وبين مجموعة أخرى .

وبعد ذلك ، لقى الفلاسفة والدارسون الآخرون صعوبات جمة فى نظرية أفلاطون عن الأشكال . وفى العصر الحاضر بالذات ، اتخذ البحث عن التعريف والمعنى طرقاً أخرى عديدة ، وخصوصاً فى ميادين العلوم [٥] . ورغم ذلك ، فإنه عندما كان يتم وضع خطة للتقسيمات ، وحتى فى الأبحـاث العلمية ، فإن الصفات الهامة التى تفرق بين مجموعة وأخرى كان لها أهميتها فى البحث . وأيضاً عندما يضطر الشخص العادى إلى أن يشرح معانى المفاهيم التى يستخدمها فى الحوارات غير الرسمية ، فإنه يفعل ذلك فى معظم الأحيان بالطريقة التى يعتقد أنها الصفات الأساسية لهذه المعانى ـ وهذه هى الفكرة المحورية لما ذكره أفلاطون عن الرابطة بين العقل والواقع .

وسواء أعجب المرء بتحليل أفلاطون أم لا ، فإنه من المهم أن نفهم أنه فى سنة ٤٠٠ قبل الميلاد ، كانت أسس نظرية المعرفة الإنسانية قد تم إرساء قواعدها . هذه الأسس مبنية على فكرة أن المفاهيم هى مجموعة من الصفات ذات المعنى لبعض نواحى الواقع التى يمكن التعـرف عليها عن طريق اسم أورمز يعتبر جزءاً من اللغة . وهذا المبدأ لم يخترعـه أفـلاطون . ومن المحتمل أنه يرجع فى التاريخ القديم إلى زمن نشأة اللغة

نفسها . ولكن أهمية أعمال أفلاطون أنه وضع الأسس للتحليل المنظم باستخدام الشكل الأبجدى للكتابة ، والذى كان قد أصبح موحداً فى المقاييس عند اليونان . كما أن أعمال افلاطون لاتزال المصدر الكبير لمعرفة مستوى الدقة التى نبحث بواسطتها فى موضوع المعرفة فى هذه المرحلة الهامة من مراحل التطور الإنسانى . وبجميع المقاييس ، فقد كانت أعمال أفلاطون مثيرة للإعجاب للغاية .

والمفاهيم إذن هى أساس المعرفة ، ونقطة البداية لنظرية الاتصال الإنسانى . فهى تمثل طريقة انتسابنا للواقع بأن نهتم بتجاربنا الداخلية الذاتية عن الأشياء ، وعن الظروف والعلاقات فى بيئتنا المادية والاجتماعية .

العادات والتقاليد : أساس الاتصال

مهما كان نوع النظام الذى نستخدمه للتوصل إلى تعريف عن شىء ، أوعن حالة أو وضع ، فإن مشكلة استخدام هذا المعنى بثبات تبقى ماثلة أمامنا . وهذا موضوع اجتماعى أكثر منه نفسياً . وهى مشكلة تتعلق بالاتفاق الجماعى حول القواعد التى تربط بين المفاهيم وبين معانيها . وكان هذا أمراً فى غاية الأهمية لأفلاطون . وقد استخدمت طريقة سقراط ـــ وهى الحوار المنظم والجدل ـــ حتى يمكن الوصول إلى تحديد لتعريف مفهوم شىء ما . وبعد فحص جميع نواحى ومواصفات الفكرة ، فإنهم يحققون التوصل إلى اتفاق حول معناها . وعن طريق هذا ، أمكن إبراز ما يترتب على ذلك من سلوك إنسانى ، مثل تنظيم الحياة الاجتماعية . وقد كانت « جمهورية أفلاطون » على سبيل المثال بمثابة فتح للسؤال الذى يقول « ما هو معنى العدالة ؟ »[٦] . والتحليل هنا يتم بعرض حوار وهمى بين سقراط وعدد من تلاميذه ومساعديه . ويؤدى ذلك إلى وصف كامل لكل نواحى مفهوم العدالة ، وبهذه المعانى فى ذهنه ، يواصل أفلاطون الموضوع بوصف نظام اجتماعى مثالى يمكن أن يوفر أكبر قدر من العدالة للمواطنين .

ويبدو واضحاً أن أهمية الاتفاق على المعانى ـــ وبالذات أن التفسيرات الذاتية للواقع هى مسألة اجتماعية وفردية أيضاً ـــ أصبح مفهوماً تماماً فى عصر أفلاطون . ذلك أن معرفة العالم الذى نعيش فيه ، كما يقول أفلاطون ، لا يعتمد فقط على ما نلمسه بحواسنا ، وإنما بما اتفقنا عليه مع زملائنا حول المعانى المشتركة عن العالم الخارجى

حولنا . ويشير الباحثون فى العصر الحديث إلى هذه الفكرة على أنها « التركيب الاجتماعى للحقيقة » . ولكن من الأفضل أن نسميها « الاتفاق الاجتماعى على المعانى » . وقد كان بعد نظر أفلاطون عن دور الاتفاق فى تركيب المعانى واضحاً فى « القصة الرمزية عن الكهف » المعروفة جيداً [٧] .

ويقول أفلاطون : « تخيل حالة رجال عاشوا باستمرار فى أعماق غرفة فى كهف تحت الأرض ، وليس لها مدخل سوى ذلك المؤدى إلى النور فى الخارج ، وممر طويل يؤدى إلى الكهف . ثم سأل أفلاطون القارىء أن يتخيل أيضاً أن هؤلاء الرجال ظلوا منذ طفولتهم مربوطين بالسلاسل بطريقة تجعلهم لا يرون إلا أمامهم فقط . وخلفهم الحائط . وعلى طولها تم بناء حاجز أو جسر . والرجال لا يستطيعون رؤيته لأنهم يواجهون الناحية الأخرى . وخلف هذا الحاجز مباشرة طريق مواز له يسير فيه الناس وهم يحملون مختلف الأشياء مثل تماثيل للحيوانات وللرجال يمكن رفعها فوق مستوى الحائط فقط . وخلف هذا توجد نار مشتعلة بقوة ، لدرجة أن ضوءها ينعكس بقوة متوهجاً على الحائط المقابل للكهف . هذا الترتيب سيجعل ظلال الأشياء التى يحملها الناس وهم يسيرون فى الطريق تنعكس على الحائط . وهذا يؤدى إلى خلق نوع من الصور الخيالية مثلما يحدث فى الأحلام . وهو شىء أشبه بمسرح العرائس يمكن للرجال المقيدين بالأغلال أن يشاهدوه . وهم يستطيعون الحديث عن الظلال ، ولكنهم لا يستطيعون رؤية التماثيل الحقيقية ، ولا الرجال المسئولين عن تحريكها .

وأضاف أفلاطون إلى عرض الظلال هذا عنصر الصوت . وقال : لو افترضنا أن الرجال الذين يحملون التماثيل كانوا يتحدثون بحرية ، فإن السجن كان له صدى من الحائط الذى تظهر عليه الظلال ، بحيث يفترض الرجال المقيدون فى الأغلال أن الأصوات التى سمعوها تأتى فقط من صور الظلال مباشرة .

والدرس الذى يهدف أفلاطون من ورائه هنا هو : كيف يستطيع هؤلاء الرجال أن يبنوا معانى للظلال التى لمسوها بحواسهم ؟ وفى جميع الأحوال ــ كما يقول أفلاطون ــ فإن هؤلاء المساجين سوف يعتقدون أن الظلال هى الحقيقة والواقع . واعتقد أفلاطون أن هؤلاء الرجال سوف يبنون حياتهم حول القواعد المشتركة لتفسير هذه المعانى . وسوف يتفقون على أسماء لمختلف أنواع الظلال . وسوف يكرمون ويبجلون الرجل ذا العين الحاذقة ، والذى يرى أكثر من غيره هذه الظلال المارة على الحائط ، والذى لديه أفضل

ذاكرة عن الترتيب الذى مرت به هذه الظلال . وقد يقدمون جوائز لمن يستطيع أن يتنبأ أفضل من غيره بالظلال التى ستظهر بعد ذلك على الحائط .

ويضيف أفلاطون : والآن لنفترض أن أحد هؤلاء الرجال المساجين قد أطلق سراحه ، وسمحنا له أن يرى الحائط ، والممر ، والناس ، والأشياء التى يحملونها ، والنار ــ وبمعنى آخر سمحنا له أن يرى كل جوانب الحقيقة الموضوعية التى خلق منها المساجين حكاية الظلال هذه . ومن الممكن أن يقال لهذا الرجل أن ما شاهده سابقاً كان وهماً ، وأن ما يراه الآن وما يلمسه هو المعنى الحقيقى للعالم الذى كان يعيش فيه من قبل . وبمرور الوقت ، يمكن إعادة تدريبه ، وسوف يدرك ويفهم أن العالم الجديد الذى يعيش فيه الآن هو حقاً الطبيعة الموضوعية للحقيقة أو الواقع .

ولكن حاول أن تتنبأ بما قد يحدث إذا أعيد الرجل إلى الكهف ، وإذا تم وضعه فى مكانه السابق مقيداً بالأغلال . ويتساءل أفلاطون هنا : حاول أيضاً أن تفهم ما الذى قد يحدث عندما يحاول الرجل أن يشرح لرفاقه القدماء أن ما يرونه ليس هو الحقيقة والواقع إطلاقاً ، وإنما هو مجرد ظلال للعالم الحقيقى . فكيف يكون رد فعل الآخرين تجاه زميلهم هذا ؟ إن أفلاطون كان مقتنعاً أنهم سوف يرفضون الشرح الذى يقدمه زميلهم ، وأنهم سوف يعتبرونه رجلاً مجنوناً يخرف . وقد يسخرون منه ، وإذا حاول أن يطلق سراحهم ليلمسوا بأنفسهم الواقع الجديد الذى اكتشفه ، فإنهم قد يقتلونه .

وإذا انتقلنا إلى عالم اليوم ، فهل نعتبر أنفسنا الوجه الآخر لهؤلاء الرجال الذين كانوا مقيدين فى الكهف ؟ وهل المعلومات التى نراها على أجهزة التليفزيون أو فى المسرح أو فى دور السينما حيث نشاهد ظلالاً على الشاشة (أو حتى ظلالاً نتلقاها مكتوبة فى الصحف والمطبوعات) تقودنا إلى تركيب معان مشتركة عن عالم الواقع ليس لها مثيل فعلاً فى هذا العالم ؟ إنها فكرة قديمة جداً ، ولها تطبيق واضح مذهل عن تطبيقها فى عصرنا الحاضر . وبالإضافة إلى ذلك ، هناك من الأسباب ما يكفى للتنبؤ بأننا نقوم حقاً بتركيب معان متفق عليها للواقع على أساس ما تقدمه لنا وسائل الإعلام .

والمناقشات الحديثة عن طبيعة وسائل الاتصال مازالت تركز على أهمية الربط بين المسميات والمعانى من خلال عملية الاتفاق الاجتماعى . وقواعد اللغة تشير إلى القواعد المتفق عليها لتفسير معانى الكلمات التى تتطور فى مجتمع ناطق يشترك أفراده فى لغة معينة . والاتفاق هنا (أو العادات) يربط كلمة معينة (أى مجموعة معينة من الأصوات

التى تصدر من الفم) إلى التجارب الذاتية الداخلية (التى تظهر بالاتصال مع الواقع) التى اتفق أعضاء الجماعة المتكلمة فيما بينهم على أنها تتفق مع هذه الكلمة . وحتى يصبح الاتصال ممكناً ، فإن هذه المعانى يجب أن تكون واحدة ، أو على الأقل متشابهة جداً من شخص إلى الآخر الذى يشارك فى هذا الاتفاق حول معانى الكلمات . وبعبارة أكثر بساطة ، فإن الكلمات لها معان يمكن مشاركتها لأن القواعد أو الاتفاق والعادات تربط بين الكلمة وبين المعنى .

وفى الأزمنة المعاصرة ، قام العلماء بتوسيع فكرة المفهوم المبنى على المسمى والعادات بملاحظة أننا نطور عادات للمعانى ، ليس فقط للكلمات التى ننطقها ، ولكن لأنواع أخرى عديدة من الرموز . وهكذا ، فإن اللغة تمتد إلى ما بعد التعبيرات المنطوقة بالفم . فالإيماءات غير المنطوقة تستخدم غالباً مثل الكلمات . وتفعل نفس الشىء الأشياء المادية التى تلعب دوراً فى عملية الاتصال . ومن أمثلة ذلك التلويح بقبضة اليد المقفولة ، أو وضع سبابة اليد على الأنف بطريقة موجهة لشخص آخر . كما أننا نستخدم مئات الأشياء التى لها خاصية نقل المعانى بطريقة مماثلة لما تفعله اللغة . وهكذا ، فإنه قضيبى الفضة على ياقة ضابط بالجيش الأمريكى معناها أن هذا الشخص يحمل رتبة كابتن . كما أن معطف الفرو الذى ترتديه إمرأة بشكل واضح يعنى أن هذه المرأة ليست من مستوى فقير فى المجتمع . وهناك أمثلة أخرى للرموز غير المنطوقة مثل إشارات المرور ، والجمجمة والعظام الموجودة عادة على زجاجات السوائل السامة ، والعلامات المميزة لمنتجات الشركات . وتبقى الكلمات ــ طبعاً ــ أكبر وأهم فئة من الرموز التى تشارك فى المعانى التى ترمز إليها .

ورغم أننا ندين بالكثير لأفلاطون وزملائه ، إلا أننا اكتشفنا مبادىء للمعرفة فى الأزمنة الحديثة قد تثير ضيق فلاسفة الإغريق . أى أننا اكتشفنا أن المعانى والعادات لا يهم كثيراً أن تكون لها علاقة « بالحقيقة » . وحقيقة عادة ما نربط كلمة معينة (أو الرمز الآخر) مع معنى متفق عليه لا يقول شيئاً عما إذا كان هذا المعنى « صحيحاً » أو « دقيقاً » . والناس قادرون على الربط بانتظام تقريباً بين أية كلمة وأى معنى لتكوين مفهوم ، سواء كان ذلك يمثل العالم الواقعى تمثيلاً دقيقاً أو لا يمثله . ولذلك ، فنحن لدينا كلمات لمفاهيم مثل الأشباح ، والأطباق الطائرة ، ومثلث برمودا . والناس لديهم معانٍ داخلية لهذه الأفكار بغض النظر عما إذا كانت هذه الأشياء حقيقية « فى العالم

هناك » ، وما إذا كانت تتفق مع هذه المعانى .

وقد لاحظنا من قبل أن عادات اللغة التى تربط الرموز والمعانى توفر الأساس للاتصال الإنسانى . ومن الواضح أننا عندما نتحدث معاً ، أونقرأ الصحيفة ، أونستمع إلى الراديو ، أونشاهد التليفزيون ، فإن الأطراف المشتركة فى هذا النشاط يستخدمون الرموز وقواعد تفسيرها لبدء أو لظهور معان ذاتية داخلية فى الذين يتلقون الرسالة . وهذا ــ فى الواقع ــ يعتبر تعريفاً للاتصال البشرى (وليس بالضرورة الاتصال الحيوانى) : أى إثارة أو ظهور المعانى عند الآخرين . وهناك مبدآن هامان فى هذه العملية أمكن فهمهما منذ أمد بعيد ، رغم أن طرق بحث هذه الموضوعات كانت مختلفة للغاية . والأول من هذين المبدأين هو : المفاهيم (الأسماء ومعانيها) هى أساس معرفتنا الشخصية عن الواقع (وأحياناً عن غير الواقع) . والثانى هو : أننا نتصل مع بعضنا البعض لأننا نصل إلى قواعد اجتماعية أو ما نسميه عادات اللغة ، وهذا يتطلب ربطاً منتظماً بين الأسماء أو الرموز وبين معانيها .

السلوك : النتائج المترتبة على معرفة الواقع

وهناك مبدأ آخر عظيم أمكن إرساؤه فى الأزمنة الأولى وهو أن المعرفة تشكل التصرف . وبمعنى آخر ، فإن أحد أهم نتائج المعرفة هو الخيار بين عدة بدائل للسلوك . ومن خلال بحث كيف تشكل المعرفة السلوك ، بدأ اهتمام الفلاسفة بطبيعة الحياة الفاضلة ، وبالعدل فى علاقات الناس . وأدى هذا الاهتمام إلى مشكلة العثور على النظام الاجتماعى الذى يوفر أكبر قدر من هاتين الصفتين (الفضيلة والعدل) للغالبية العظمى من المواطنين . وقد حاول البعض عن طريق القوانين ، مثل جستنيان وحامورابى وآخرين ، أن يجعلوا هذه القواعد محددة .

وبعد ذلك ، عندما سيطرت المسيحية على الفكر الغربى ، حاول الفلاسفة الأخلاقيون ورجال الدين بحث هذه الموضوعات بوصفها طبيعة « الإرادة الحرة » . وكان الخيار بين سلوك طريق الخير أو طريق الشر موضوعاً فى غاية الأهمية لهم . وقد تضمنت جميع الكتب الدينية الخاصة بالأديان العظمى أحكاماً قوية وقوائم بالأوامر التى تعتبر كإرشادات للاختيار بين الخير والشر وتفضيل أحدهما وتجنب الآخر .

وحتى فى النظريات الأكثر علمانية عن الحكومة والسلطة ، فإننا نجد أن مشكلة كيف يختار الإنسان سلوكاً منحرفاً ، بدلاً من السلوك الذى يتسق مع المجتمع ، قد ارتبطت طوال عدة قرون بالمشكلة القديمة : المعرفة . كما أن النظم القانونية ، فى الدول الغربية ، افترضت منذ أمد طويل أن الإنسان يعرف السلوك المطلوب منه بواسطة المجتمع ، وأنه إذا انحرف عن هذا السلوك ، فإنه يفعل ذلك عمداً وبطريقة إرادية وشريرة . وعبارة « الجهل بالقانون ليس عذراً » هو أحد الأشكال التى يمكن أن نتعرف بها على هذا المبدأ . وفى الأوقات الحديثة فقط ، وبعد أن عرفنا أن المعرفة عند الفرد يمكن أن تكون مبهمة ، وأن السلوك يمكن أن يتأثر بعوامل خارج نطاق سيطرة الشخص ، فقد افترضنا أن المجرم « كان يعرف الصواب ، وأنه اختار أن يرتكب الخطأ » .

ومازال موضوع العلاقة بين المعرفة وبين السلوك هاماً جداً فى فهم الحياة المعاصرة . والإدراك الحسن يقول لنا أن ما نعتقده حول طبيعة الواقع يهيىء المسرح لقراراتنا المتعلقة بالتصرف . فمثلاً ، إذا كنا نعد لرحلة نقيم فيها معسكراً فى جزء معين من الريف ، فإننا نهتم كثيراً بأسطورة الشبح ذى القدم الكبيرة وصفات هذا المخلوق . ونستطيع أن نناقش هذه المشكلة مع آخرين إذا كانوا يشاركوننا فى هذا المعنى ، ثم نبحث احتمالات وقوع هجوم على الجماعة . ونستطيع أيضاً أن نصدق حكاية « مثلث برمودا » المرعب ونتجنب الإبحار فى هذه المياه الخطرة إذا كنا نحن وآخرون نشارك جميعاً فى الاعتقاد بأن هذا الخطر الحقيقى .

والمبدأ هنا أنه ، عند تشكيل سلوكنا العلنى وأفكارنا ، فإن معتقداتنا التى نشترك فيها مع الآخرين هى التى تهم — وهى معرفتنا الذاتية التى تشكلها عاداتنا وأفكارنا عن المعانى ، والتى نشارك فيها الآخرين . أما طبيعة الواقع أو الحقيقة نفسها فلا تهم . وإذا كانت بعض الكلمات ليس لها مقابل فى دنيا الواقع ، مع أننا نعتقد أن لها هذا المقابل ، فإننا نستطيع أن نستخدم هذه الكلمات فى أفكارنا وأن نتصل مع الآخرين بواسطتها . هذه المعتقدات تتخذ معنى مؤثراً حقاً عندما نعرف أن الآخرين يؤمنون بها مثلنا (مثلاً : أن ذا القدم الكبيرة موجود ، أو أن مثلث برمودا منطقة خطرة) . وعندما تؤيد هذه المعتقدات تفسيراً معيناً للواقع ، فإن كل من يشاركون فى النظام يفهمون عندئذ هذا الواقع أو هذه الحقيقة طبقاً لهذه التعريفات المتفق عليها عن المعنى .

البحث الطويل عن مبادىء المعرفة

ولم تكن الطرق المؤدية إلى الفهم سهلة بالمرة أو ثابتة . وعلى سبيل المثال ، فإنه ، فى الفترة بين القرن التاسع والقرن الثالث عشر ، نما علم الفلسفة وتطور إلى البحث عن حقائق مختلفة تماماً عن الموضوعات التى كانت مثار الاهتمام والتى كانت سائدة فى القرون السابقة . ورغم ذلك ، وكما سوف نرى ، فإن البحث كان ومازال مركزاً على المشكلة القديمة ، أى المعرفة ، وما هى الطبيعة النهائية للواقع ، وكيف نعرف ذلك ، وما هى النتائج التى تترتب على هذه المعرفة .

وكان هذا وقت أن كان الدين متماسكاً ، وكانت اليونان مجرد ذكرى ضعيفة . وكانت روما هى الأخرى قد سقطت منذ قرون عديدة . وأصبحت المسيحية هى الكنيسة السائدة فى الغرب . وكانت الجهود المبذولة للبحث تجرى فى البيئة المحمية للأديرة والمدارس التى أنشأها شارلمان (وقد انبثقت جامعات العصور الوسطى العظيمة من هذه المدارس) . ولارتباط الفلاسفة مع مراكز البحث هذه ، فقد أطلقوا عليهم فى ذلك الوقت اسم « الدارسون » . وكانت كتاباتهم مخصصة لمزج علوم الدين مع الفلسفة . وأهم معرفة كانوا يسعون وراءها هى البحث عن الإله وعن طبيعة خطته الاجتماعية للإنسانية . وإذا أمكن كشف خطة الإله للحياة الفاضلة ، فإن الطريق الحقيقى للخلاص الأخلاقى يمكن كشفه أيضاً .

وكان لهؤلاء الدارسين ميزة . فقد كانوا يعرفون من قبل أن الإله موجود . وكانت معتقداتهم الدينية القوية لا يمكن أن تقودهم إلى أى موقف آخر . وهكذا ، فإنهم فى داخل عقولهم ، كانت لديهم من قبل أكبر وأهم حقيقة . حتى من قبل أن يبدأوا بحوثهم . ولكن كانت أمامهم حقائق أخرى للبحث عنها . وفى هذا الوقت ، كانت هناك ثلاث طرق للتوصل إلى المعرفة . كانت إحداها عن طريق الرؤيا والإيمان ، وكان ذلك متوفراً لديهم بكثرة . والطريقة الثانية كانت بواسطة تفويض من السلطة . ولم يكن هناك علم ليكتشف طبيعة وطريقة العمل المادى للكون . والطريقة الثالثة كانت من خلال تطبيق الجدل الميتافيزيقى (ما وراء الطبيعة) ، وهو منطق لا يعتمد على أساس مادى ، ولا على اعتبارات أو قيود مادية . وكان الجدل الميتافيزيقى أو ما وراء الطبيعة ، والاستنتاجات التى تم التوصل إليها بهذه الطريقة ، بالإضافة إلى الحقائق التى تكشفت

لهم من قبـل من خلال إيمانهم ، كل هذا كان فى نظرهم الـطريقـة إلى المعـرفـة الصحيحة .

وكـان هؤلاء الـدارسـون يفضلون المنـطق الميتافيزيقى على ملاحظة العالم المادى الطبيعى كوسيلة للحصول على نتائج موثوق فيها . وهذا الموقف كان لسببين هما : أولاً أنهم لم يكـونـوا مهتمـين كثيراً بالأمـور الـدنيوية ، فالموضوعات الهامة كانت دينية . وبـالإضـافة إلى ذلك ، فإن الأشياء الخارقة للطبيعة لم يكن سهلاً ملاحظتها على أية حال . والسبب الثانى أنهم شعروا أنهم يفهمون كل شىء يحتاج المرء أن يعرفه حول العالم المادى ، لأن لديهم تعاليم السلطة العظمى (الإله) . وعاد الدارسون إلى بحث كتابات أرسطو الذى اهتم به علماء الغرب بعد أن لفت العرب فى المغرب (مراكش فى ذلـك الـوقت) أنـظار الأوروبيين إلى هذا الفيلسوف الإغريقى وأعماله بعد أن غزوا إسبانيا . وكانت أفكار أرسطو قد ظلت مجهولة فى المجتمع الغربى قروناً عديدة ، ولكن علماء العرب احتفظوا بها حية لديهم . والواقع أن حوالى ٩٥ فى المائة من كتابات أرسطو كانت عن عالم الـطبيعـة ، كان ينظر إليه على أنه المصدر الأخير للمعرفة فى هذا الشأن . وكـان العرب يطلقون عليه اسم « الفيلسوف » أو « الأستاذ » ، وقد اعتبر أنه المصدر النهائى والأخير للحقيقة فى جميع الموضوعات المتعلقة بالعالم الطبيعى . وكان الاهتمام الرئيسى لهم بالأمور الخارقة للطبيعة .

وعن أرسـطو ، نقـل الـدارسـون أوورثوا نظاماً دقيقاً للجدل مبنياً على « الجدل الاستنتـاجى » . وهـذا النـظام ، يتضمن فى شكله الكـلاسيكى مسألتين أو قضيتين معقدتين يطلق عليهما اسـم الأرضية أو المكان ، وهو تعبير آخر شائع فى المنتصف ، ثم استنتاج لابد أن ينبع بالضرورة من القضيتين الأوليين . والشكل الكلاسيكى لهذا النوع من الجدل يجرى هكذا :

كل الحيوانات مهمة

وكل إنسان حيوان

إذن كل إنسان مهم .

والأمثلة المعقـدة لهذا النـظام الجـدلى قد تخدم هؤلاء الدارسين كوسيلة لإثبات وجود الإله

عن طريق المنطق الخالص (هذا فى حالة إذا كان هناك من يرفض قبول ذلك من منطلق الإيمان) . وبعد أن تحقق ذلك أتيح لهم أن يكتشفوا من الكتابات المقدسة ، ومن الجدل الميتافيزيقى خطة الإله للحياة الفاضلة . وبهذا ، كان فى وسعهم تأكيد استنتاجاتهم حول المجتمع العادل ــ أو قواعد العيش كما تمليها الكنيسة .

وهكذا ، فإن الحقائق التى كشفها الكتاب المقدس فى وصفه ، بالإضافة إلى النظام الذى وضعه أرسطو للجدل ، تمكن الدارسين من تطوير مجموعة شاملة من المعرفة تتألف من التفسيرات الدينية والإرشادات للسلوك الإنسانى . وكانت النتيجة الهامة التى توصلوا إليها أن تعاليم كنيستهم معصومة من الخطأ ، ولابد من اتباعها . والذين لا يتبعون هذه التعاليم يعتبرون كفاراً ، ويجب اقتلاع جذورهم بقوة من المجتمع . وقد اتبع رجال الدين هذا النشاط ضد الكفار بحماس بالغ .

وفيما مرت القرون ، سعى فلاسفة آخرون إلى البحث عن أنواع أخرى من المعرفة ، واقترحوا طرقاً أخرى للتوصل إلى الحقيقة ، وأثبتوا نتائج أخرى ترتبت على أبحاثهم ووجدوا أنها تؤثر فى الحياة الإنسانية . وظل موضوع المجتمع العادل فى مقدمة هذه الأبحاث . غير أن الفهم الجديد لطبيعة ودور اللغة كان جزءاً هاماً من الميراث الثقافى . وكانت هذه التطورات هامة فى تنمية الفهم العميق للطبيعة الإنسانية . وإذا أمكن فهم الطبيعة الحقيقية للإنسان ، فإن هذه المعرفة سوف تكشف الطريق لتطوير النظام السياسى الذى يستطيع أن يقدم أفضل خدمة للإنسان .

ومن بين الشخصيات العظمى فى القرنين السادس عشر والسابع عشر هناك المفكرون من الفلاسفة أمثال توماس هوبز وجون لوكيه ، وكلاهما كان لديه اهتمام عميق بطبيعة اللغة ، وكيف تنتسب إلى الحياة العقلية للإنسان . وقد رأى هوبز ــ على سبيل المثال ــ فى بحثه عن الكلام ، أننا ننمى قدرتنا على التفكير والتذكر من خلال الكلمات واللغة . ويقول هوبز :

> إن الاستخدام العام للكلام أو الحديث هدفه أن ننقل ما يجرى فى أذهاننا إلى شكل منطوق ، أى تحويل أفكارنا إلى كلمات . وهذا يحدث لسببين أحدهما تسجيل ما يترتب على أفكارنا من نتائج ، لأنها عرضة لأن تنزلق من ذاكرتنا ، وتجعلنا نجهد أنفسنا فى مسعى جديد . ولكننا من السهل أن نتذكرها عن طريق الكلمات التى سميناها بها . . والاستخدامات الخاصة للكلام هى : أولاً لتسجيل ما نكتشف أنه سبب أى شىء

والذى توصلنا إليه بعد تفكير عميق ، سواء كان ذلك فى الحاضر أو فى الماضى ، وما قد تؤدى إليه أشياء حدثت فى الحاضر أو الماضى وآثارها . وباختصار ، فإن هذا ما يسمى باكتساب المقدرة على الفنون . والاستخدام الثانى لاستخدام الكلام أن نثبت للآخرين أن المعرفة التى حصلنا عليها هدفها أن ننصح وأن نعلم أحدنا الآخر . وثالثاً أن نجعل الآخرين يدركون إرادتنا وأهدافنا بحيث يمكن أن يساعد بعضنا البعض . ورابعاً لكى نرضى وندخل البهجة والسرور على أنفسنا والآخرين عن طريق التلاعب بالكلمات من أجل اللهو أو الزينة وبطريقة بريئة [٨] .

ومن الواضح أنه ، فى منتصف القرن السابع عشر ، أصبح مفهوماً تماماً المبدأ القائل بأن التفكير يعتمد على الاستخدام الموجه للغة بواسطتنا نحن . وأصبح دور الكلمات فى الذاكرة واضحاً أيضاً ، وكذلك كافة الأفكار التى تقول أن معرفة العالم الموضوعى ، بما فى ذلك أسبابه وعواقبه توجد مغروزة فى الكلام واللغة .

ونقل جون لوكيه هذه المبادىء خطوة أخرى إلى الأمام ، وجعل اللغة أساس النظام الاجتماعى أيضاً . وقد وصف العلاقة بين الكلمات والمعانى الداخلية ودور اللغة كأساس لكل من العقل والمجتمع . ويقول لوكيه :

لقد خلق الله الإنسان لكى يصبح مخلوقاً اجتماعياً ، وبعد ذلك جعله يميل إلى الجنس الذى ينتمى إليه ، وأن يزاملهم تحت إلحاح الحاجة . كما زوده باللغة التى كانت أداة عظمى ورابطة مشتركة للمجتمع . ولهذا ، فإن الإنسان بطبيعته وتكوين أعضائه قد تم تشكيله بحيث يصبح جاهزاً لكى ينطق أصواتاً مفهومة سوف نسميها الكلمات . ولكن ذلك لم يكن كافياً لكى تتولد اللغة ، لأن الببغاوات وطيوراً أخرى كثيرة يمكن تعليمها حتى تصدر هذه الأصوات المتصلة . ولكنها مع ذلك لم تكن قادرة على التوصل إلى اللغة .

وإلى جانب الأصوات المتصلة ، أصبح من الضرورى أن يستخدم الإنسان هذه الأصوات كعلامات لما فى داخله من مفاهيم ، وأن يجعلها تترجم الأفكار فى عقله حتى يمكن أن يفهمها الآخرون . وهكذا ، يمكن نقل الأفكار فى عقول الرجال من شخص إلى آخر أو إلى آخرين [٩] .

إن فكرة أن المجتمع هو مجموعة من المفاهيم مبنية على أساس تبادل رمزى ، تربط ما بين المبدأ القديم للمعرفة كمفاهيم فى عقولنا ، (اللغة هى تركيب اجتماعى لكلمات متفق

عليها ومعان هذه الكلمات) ، وبين فكرة أن الاتصال هو أساس النظام الاجتماعى ، وأن الاتصال هو الأداة الكبرى ، والرابطة المشتركة للمجتمع . كل هذه الأفكار سيتم شرحها بالتفصيل فى القرون الأخيرة فى داخل نطاق العلوم الاجتماعية .

ومن بين الحوارات العظمى التى جرت فيما بين القرنين السادس عشر والثامن عشر ، الحوار عن قيمة المعرفة المبنية على المنطق فى مواجهة المعرفة المبنية على التجربة . وبعبارة أخرى : هل يمكن الحصول على الفهم الصحيح للواقع الموضوعى من خلال العقل والمنطق فقط أم أنه يمكن التوصل إليه من خلال الاتصال الحسى بالواقع الموضوعى . لقد تمسك البعض بأن الحواس ليست دليلاً يمكن الاعتماد عليه للتوصل إلى المعرفة ، وأن الانطباعات التى تحدث للعقل نتيجة لهذه الحواس لا يوثق بها ، بل وأنها مضللة أيضاً . وكان هذا حواراً هاماً للغاية فى ذلك الوقت الذى كان فيه العالم يتم تطويره بهمة ونشاط كبيرين . وكان السؤال : أى نوع من المعرفة تلك التى يحاول الفلاسفة الجدد الحصول عليها ؟ وأصر هؤلاء على مبدأ الملاحظة والتجربة حتى تصبح هذه الملاحظات أكثر نظاماً .

وأعظم نموذج للمعرفة عن طريق العقل والمنطق هو علم الرياضيات . فالحقائق الرياضية يمكن التوصل إليها بالمنطق فقط . وكان هذا نوعاً من المعرفة مثيراً للإعجاب بسبب دقته وانضباطه . ورغم ذلك ، فقد أصر علماء آخرون بأن العقل والمنطق لا يكفيان ، وأنه من الضرورى النظر إلى الدنيا بطريقة موضوعية جداً ، حتى يمكن العد والقياس وإجراء التجارب . وأصر هؤلاء أيضاً على أن البحث التجريبى وحده هو الذى سوف يكشف المعرفة الحقيقية . وبينما استمر الجدل بين أصحاب المدرسة العقلانية وأصحاب المدرسة التجريبية ، قدم فلاسفة آخرون ، مثل ديكارت وهيوم وبيركلى وكانط ، نظريات مختلفة تشرح وتفسر كيف يحصل الإنسان على التركيب العقلى للواقع . لكن إحدى مدارس الفكر ويسمى أصحابها « المتمسكون بالأفكار » يرفضون كلا المذهبين العقلانى والتجريبى ، ويقولون : إننا لا يمكن بالمرة أن نفهم الطبيعة الحقيقية للعالم الخارجى ــ وكل ما نعرفه فقط هو الأفكار التى تدور فى عقولنا .

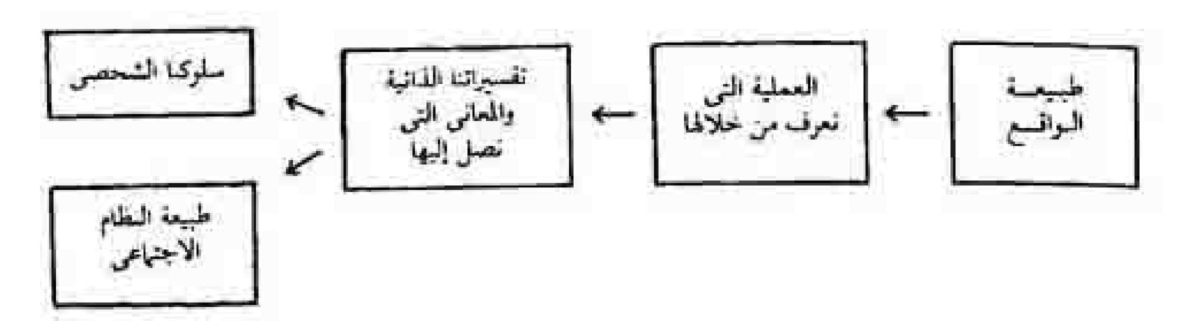
وببطء ، تمكنت تفسيرات التجريبيين من أن تطغى على الفلسفة . وقال هؤلاء : إن العالم يمكن إدراكه من خلال الحواس ، كما يمكن تطوير الصور الداخلية والفهم فى

العقل البشرى . وآمن هؤلاء بأن هذا العقل البشرى كان منفصلاً بطريقة واضحة عن العالم الموضوعى الخارجى ، ولكنه يستطيع أن يبنى ما يماثل الواقع . ومن الضرورى أن نفترض أن المعانى التى يصل إليها شخص واحد تتشابه إلى حد ما بالمعانى التى يصل إليها الآخرون . وبعبارة أخرى ، فإن الحقائق الذاتية الداخلية تتشابه من شخص لآخر . وبهذا ، يصبح من الممكن تبادل المعانى بين الأفراد عن طريق اللغة . وكان هذا اتفاقاً هاماً جداً ، بإجماع الآراء ، بين العلماء .

وفيما بعد ، أصبح السؤال نفسه عن كيفية معرفة البشر للطبيعة الحقيقية للعالم الموضوعى الخارجى ، موضوعاً محورياً فى فلسفة العلم . وكان هذا شيئاً هاماً لتطوير مدخل جديد للفهم مبنى على كلٍ من العقل والملاحظة . وكانت مهمة هؤلاء العلماء الرواد الذين بدأوا فى استخدام الطريقة العلمية ، مثل بيكون وجاليليو وكوبرنيكوس وكبلر ، هى أن يكشفوا أسرار العالم المادى . وبعد أن مضى زمنهم بوقت طويل ، أمكن للعلم فى النهاية أن يتوسع لاستكشاف العوالم النفسية والاجتماعية .

وكان السؤال : على أساس أى المعايير يمكن أن نقبل أو نرفض الإجابات التى كشفناها بالطريقة العلمية ؟ وكانت الحاجة إلى نظرية للمعرفة يستطيع الباحثون عن طريقها أن يقرروا ما إذا كانت النتائج التى توصلوا إليها عن طريق التجربة والملاحظة صحيحة أم زائفة . وقد سميت هذه النظرية « علم المعرفة epestemology » ، وهو فرع من الفلسفة يبحث فى الطبيعة والحدود والمعايير وأيضاً فى صحة المعرفة الإنسانية . وفى القرن التاسع عشر ، كانت إحدى الإجابات العظمى على هذا السؤال هو نظرية الاحتمالات . فإذا كانت حالة من الحالات يمكن توليدها بالصدفة ، وحتى لو كان هذا الأمر نادراً ، فإنه لا يمكن الاستنتاج بأنها تولدت عن طريق عوامل كانت بالصدفة تحت الدراسة . وكان هذا جواباً جديداً وغير عادى للسؤال القديم : كيف نعرف الحقيقة والواقع ، لكن هذا الجواب ترتبت عليه نتائج غاية فى الأهمية .

وإذا استطعنا أن نقدم الأفكار المعقدة التى ناقشناها فى الأقسام السابقة فى شكل رسم مبسط ، فإن ذلك يمكن توضيحه فى الشكل رقم ٩ - ١ . فطوال قرون من التحليل الفلسفى والحوار ، أمكن البحث فى ٥ مبادىء أساسية عظمى عن الوجود



الشكل ٩ - ١ الجواب الذى يرجع إلى عدة قرون مضت عن العلاقة بين الواقع والمعرفة والسلوك والنظام الاجتماعى .

الإنسانى . ومازال الحوار مستمراً حول هذه المبادىء الخمسة ، ولكن يمكن تلخيصها كالتالى : (١) هناك واقع نعيش فيه (ويتضمن هذا الواقع عالم موضوعى من الطبيعة ، وعالم آخر خارق للطبيعة ، وهو ما لم يتفق عليه العلماء حتى الآن) . (٢) الكائنات البشرية تصل إلى نوع من الصور فى أذهاننا مماثلة لهذا الواقع ، وهى تستطيع أن توفر معانى للواقع . (٣) توجد فى الوسط هنا عملية متداخلة يستطيع الإنسان بواسطتها أن يشيد معانى ذاتية للواقع (٤) هذه المعانى الذاتية لدينا وتفسيراتها تحدد سلوكنا الشخصى . وأخيراً (٥) نماذج السلوك الإنسانى موجودة بطريقة تتطلب وجود نظام اجتماعى متحكم يراقبها . وهذا النظام مبنى على قواعد محددة ومطلوبة . وهذا النظام بدوره يؤثر فى السلوك .

والموضوع الأساسى فى التحليل الحاضر هو العملية التى نعرف عن طريقها ــ البرواز الثانى من اليمين فى الشكل ٩ - ١ . ما هى هذه العملية التى عن طريقها نحصل على معانى الواقع ؟ لقد قلنا أنه ، مع بداية القرن التاسع عشر ، قدم العلماء إجابات كثيرة عن هذا السؤال . ويقول بعض الباحثين الذين انشغلوا بهذه المشكلة عبر الأجيال أن أهم معرفة على الإطلاق هى كيف نعرف الإله وخطته لسلوكنا الشخصى وللنظام الاجتماعى . وهذا يمكن الوصول إليه بتطبيق المنطق بشدة . وهناك أيضاً معرفة أخرى عن عالم الطبيعة ، وهى جاهزة ومتاحة من مصدر ثقة ، وهو أفلاطون الذى كانوا يشيرون إليه باسم « الفيلسوف » ، والذى عمل منذ أمد بعيد للتوصل إلى كل ما نحتاج أن نعرفه . وأصر المحللون الذين جاءوا بعد ذلك على أننا نحصل على تفسيراتنا الذاتية ، وعلى المعانى ، من خلال ممارسة عملية التفكير المنطقى . وليس هناك ما يدعو

إلى قلقنا واهتمامنا بالنواحي الموضوعية للحقيقة والواقع كما هو موجود أمامنا ، لأن الصور في داخلنا لهذا الواقع هي التي تهم ، وذهب البعض إلى حد أن زعموا أنه لا يوجد شيء اسمه الواقع الخارجي ، فكل شيء موجود هو موجود فقط في عقولنا .

وفي النهاية ، جاء الاستنتاج الأكثر حداثة والذي يقول : إن المعرفة مبنية على الاتصال التجريبي بالحقيقة الموضوعية . والصلة الحساسة بين العقل البشري والمعاني التي يستخلصها من هذا الاتصال هي حواسنا . وعلى هذا الأساس ، فإن الصور التي في رؤوسنا ، وأفكارنا ، وتفسيراتنا ـ أو المعاني التي عندنا ـ جميعها تنشأ ذاتياً من انطباعاتنا الحسية . هذه الفكرة ، أو وجهة النظر ، أصبحت هامة بالذات لهؤلاء الذين أرادوا الحصول على المعرفة الخاصة بطبيعة العالم المادي ، وذلك عن طريق التجربة والملاحظة التي نسيطر عليها ونراقبها . وبينما كان العالم ينمو وينضج ، أمكن اختراع معايير مبنية على اعتبارات الاحتمالات لتقرير ما إذا كانت المعرفة التي تم التوصل إليها بهذه الطريقة يمكن الوثوق بها .

ورغم التراكم المذهل نسبياً للمعرفة والتي حصل عليها الإنسان منذ أيام أفلاطون وحتى بدايات القرن التاسع عشر ، إلا أنه لم يمكن أن نعرف سوى القليل عن الناس العاديين وكيف يحصلون على المعرفة ويتحققوا منها . فكان العالم يتألفون من أناس من أصول متواضعة ، والذين ينقصهم ما لدى الفلاسفة من عالم عظيم ، ولا يتاح لهم التعرف على نظم أرسطو المبنية على المنطق ، والذين يعرفون القليل جداً أو لا يعرفون شيئاً عن العلم ولا عن نظرياته الفلسفية عن طبيعة المعرفة عند الإنسان وحدودها وصحتها ، وهو ما يسمى بعلم الايبستيمولوجي epistemology . ورغم ذلك ، فإن الناس في المزرعة ، وفي المصنع ، وفي المدينة ، وفي جميع مناحي الحياة ، مازال عليهم أن يعالجوا مشكلة الواقع . كيف إذن يربطون المعاني إلى المفاهيم التي تسمى النواحي المختلفة للواقع ؟ وكيف كانت عاداتهم التي رسخت للربط بين الأسماء والرموز بطرق موحدة وبين التفسيرات الذاتية للعالم الخارجي ؟ وأكثر من ذلك ، ما هي النتائج التي ترتبت في السلوك على هذه المفاهيم الفريدة والمعاني التي كانت موجودة في نظامهم الخاص ؟ الإجابة عن هذه الأسئلة سوف تأتي ببطء ، وبطريقة غير متناسقة من أفرع جديدة للفلسفة نشأت في القرن التاسع عشر ، وأطلقوا عليها اسم العلوم الاجتماعية .

إجابات معاصرة :
نظريات التركيب الاجتماعى

إن كل علم من العلوم الاجتماعية انفصل عن الجسم الرئيسى أو المركزى للفلسفة فى أثناء القرن التاسع عشر . وحملت هذه العلوم معها السؤال القديم : كيف يحصل الإنسان على المعرفة ويطورها ؟ والمقصود هنا معرفة الواقع والحقيقة فى نظمهم المتخصصة . وقد طور كل علم من العلوم الاجتماعية مفاهيمه الخاصة ، وافتراضاته ، ونظرياته وطرق البحث الخاصة به . وفى بداية هذا القرن ، تم إرساء قواعد علم اللغة [١٠] . والآن يستطيع علماء اللغة أن يبحثوا فى تركيب ومعانى اللغة . وفى أثناء النصف الأخير من القرن ، ظهر علم الإنسان أو الأنثروبولوجى anthropology وهو علم متسع الميدان ويغطى كل شىء عن الإنسان من العظام القديمة ، وآثار الحضارات العظمى إلى ثقافات البدائيين الذين يعيشون حتى يومنا هذا . وأحد أفرع علم الإنسان تم تكريسه لفهم كيف تشكل اللغات فى مختلف الشعوب تجاربهم الذاتية عن البيئة المادية ، والبيئة الاجتماعية للإنسان [١١] . وبعد أن قاوم علماء النفس فى البداية مثل هذه الموضوعات ، اقتنعوا فيما بعد بدراسة كيف يحصل الناس على المعانى ، وكيف تؤثر اللغة فى المفهوم والذاكرة والسلوك الاجتماعى . وقد انفصل علم الاجتماع عن الفلسفة فى بداية القرن ليركز على نماذج أشمل للتنظيم الاجتماعى ، والتغيير فى المجتمع . ومع بداية هذا القرن ، شرعت فروع علم الاجتماع فى دراسة كيف تظهر المعانى والمعرفة من التبادل الاجتماعى (أو تبادل التفاعل الاجتماعى) المبنى على اللغة ، وكيف تشكل هذه العملية الحياة الشخصية والاجتماعية للفرد [١٢] .

وقد نشأ كل فرع من هذه الفروع مستقلاً عن الآخر إلى حد ما ، ولكنها جميعها ركزت بوضوح على عدد من المشاكل المشتركة . وعلى وجه التحديد ، درس كل فرع من علوم الاجتماع كيف يبنى الأفراد معانيهم الذاتية الداخلية عن الأشياء وعن أحداث الواقع ، وكيف تمكن هذه المعرفة البشر من الاتصال ببعضهم البعض بطرق تختلف عن تلك التى تتصل بها المخلوقات الأخرى ، وكيف تشكل الحقيقة كلاً من السلوك الفردى والاجتماعى ؟ . وباختصار ، فقد واصل الباحثون فى هذه الفروع دراسة المشاكل القديمة . وسوف نقدم هنا مراجعة مختصرة لبعض المفاهيم العظمى لكل من هذه

الفروع من علم الاجتماع حتى نتعرف على الطريقة التى عالج بها الباحثون المبدأ العام الذى يقول أن المعانى التى يستخدمها الناس هى تركيبات مستوحاة اجتماعياً .

علم اللغة : معرفة الحقيقة والواقع من خلال اللغة

فى بداية القرن التاسع عشر ، أصبح من الواضح أن هناك علاقة وثيقة بين تركيب اللغة ، وبين الطريقة التى يستخدم الناس بها هذه اللغة لإثارة المعانى فى داخلهم . وبدا أن من الضرورى فى ذلك الوقت إجراء دراسة متخصصة لمختلف اللغات المستخدمة ، حتى يمكن فهم المبادىء العامة لكيفية نقل المعانى عن طريق الأصوات والكلمات ونماذج الكلمات . وقد بدأ علم اللغات بالدراسة المقارنة للغات . وأدى ذلك بسرعة إلى محاولات لإعادة تركيب اللغات القديمة . وبعد ذلك ، أصبح علم اللغات نظاماً معقداً لا يهتم فقط بجذور اللغات المعاصرة فى مختلف أنحاء العالم ، ولكن بتنظيمها وبنماذج التغير فيها وبصفاتها المقارنة .

وقد أدى البحث عن اللغات الأولى للإنسان إلى تحقيق نتائج هامة . وسرعان ما اكتشف علماء اللغة الذين تخصصوا فى الدراسات المقارنة صفات مشتركة ، واختلافات هامة فى داخل اللغات المعاصرة وفيما بينها أيضاً . غير أنه توجد فروع معينة من اللغات بينها أوجه شبه عديدة . وحول علماء اللغات أبحاثهم إلى الماضى البعيد . وأجروا تحليلات استغرقت زمناً وجهداً طويلين للأشياء التى أطلقت عليها أسماء ، ولقواعد ترتيب الكلمات فى أقدم اللغات ، وحتى لتلك التى لم يتبق منها سوى القليل جداً من السجلات المكتوبة . وبهذه الطريقة ، تمكن علماء اللغات من إعادة تركيب بعض أجزاء أقدم لغة فى العالم أو أم اللغات ، والتى تفرعت منها اللغات المعروفة فى العالم القديم كما يبدو . وعلى سبيل المثال ، كانت هذه اللغة الأم تحتوى على أسماء للنبات والحيوان ، وأحوال الطقس التى كانت تتصف بها الحياة فى هذه البيئة القاسية فى الشمال . وكان مثل هذا الجو القارص موجود فى أثناء العصر الثلجى فى مناطق تمتد بين ما يسمى الآن أوروبا الشمالية ، والجزء الغربى من الاتحاد السوفيتى . وفى نفس هذه المنطقة ، بدأ شعب الكرومانيون (CroMagnon) أول فترة عظمى لهم فى التجديد الثقافى الذى ربطناه بالانتقال إلى عصر الكلام واللغة .

ومهما تكن أصول اللغة ، فقد انتشر استخدامها منذ أمد بعيد إلى جميع شعوب العالم . وكان لكل شعب من الشعوب نظامه المعقد للكلام وذلك لوصف الأشياء ، والفهم ، والتجاوب مع البيئة . وقد اهتم علماء اللغات بهذه النظم لتوسيع أبحاثهم . ويتألف علم اللغات اليوم أساساً من البحث المنظم لثلاث نواح للغة ، مما يساعد على فهم كيف تستخدمها الشعوب للاتصال ونقل المعانى . وأول ميادين البحث هو علم دراسة الأصوات phonology ، أى الأصوات التى تستخدم لتركيب الكلمات . والثانى يهتم بأساليب تركيب الجمل syntactics . فهذه الجمل يستخدمها الإنسان لنقل معانٍ أكثر مما تحمله معانى كل كلمة وحدها . وأخيراً ، هناك ميدان دراسة المعانى فى اللغة وتطور الدلالات عبر التاريخ semantics (علم تطور معانى الكلمات) أو الارتباط بين الكلمات أو أية رموز أخرى وما تشير إليه من معان ، أى مختلف نواحى الواقع التى تحل محلها هذه الكلمات ، والمعانى التى تثيرها إذا اتبع المتحدث الوسائل المتفق عليها لنقل هذه المعانى فى الجماعة التى يعيش فيها .

هذه المناطق الثلاث للدراسة فى علم اللغات عملت بشكل كبير على تطوير وتقدم فهم الطرق التى يلجأ إليها الناس للربط بين مختلف أنواع الرموز وبين ما تشير إليه حتى تثير المعانى المتفق عليها والتى تستخدم كوسيلة للاتصال . وهناك شىء يجدر ذكره هنا ، وهو أنه من الواضح أن اختيار رمز معين لاستخدامه كاسم أو عنوان لشىء يشير إليه هذا الرمز ـ سواء كان جانباً من الواقع الاجتماعى أو المادى ـ هذا الاختيار يتم بشكل اعتباطى . وليست هناك صلة طبيعية بين كلمة معينة ، أو صوت ، أو علامة مكتوبة أو بين شىء وبين ما يرمز إليه فى عالمنا من التجارب . إن العادات التى يتبناها الناس لإثارة المعانى مع إيماءات معينة ، أو كلمات ، أو أشياء محددة ما هى إلا مجرد عملية بناء للمعانى .

والاستنتاج الذى يثير الاهتمام من هذا الاعتبار أنه بغض النظر عن جاذبية استخدام اللغة للتعالى عند البعض ، فإنه لا يوجد ما يسمى باللغة « الصحيحة » وراثياً . فالمعانى « السليمة » للكلمات واستخدام قواعد اللغة « المناسبة » أمر يتعلق بنوع الاتفاقيات التى يشترك فيها المتحدثون إلى أية رموز أو نماذج يجب أن تتجه المعان . وإذا زال هذا الاتفاق الجماعى حول معانى الكلمات وما ترمز إليه ، فإنه من الطبيعى أن يصبح الاتصال مستحيلاً . ولهذا ، يصبح من المفهوم سبب اتجاه الإنسان للحفاظ على

الاتفاقيات التى تم التوصل إليها على مر التاريخ حول معانى الكلمات ، وذلك فى شكل قواميس وكتب للنحو والصرف . ورغم ذلك ، فإن اللغة تظل تركيباً اجتماعياً يتغير باستمرار . وهو تركيب من الرموز ، والإيحاءات والإيماءات ، وتركيب الكلام أو النحو والإعراب والمعانى .

وبينما كانت خصائص علم معانى الكلمات تتطور ، بدأ بعض المتحمسين يعتقدون أن الكثير من شرور العالم سببها إثارة النوع الخاطىء من المعانى عند الآخرين بواسطة أشخاص يحاولون خداع أو استغلال أصوات الناخبين ، أو جمهور المستهلكين ، أو حتى خداع أتباعهم . وقد نما ميدان علم تطور اللغة العام General semantics على أيدى مصلحين تعهدوا بالحد من مثل هذه الممارسات الخاطئة . وعلم تطور اللغة العام هو ميدان أكثر توجهاً للإصلاح من مجرد علم تطور اللغة فقط . فالأخير مازال دراسة فنية للأسماء والإيحاءات والمعانى والاتفاقيات أو العادات التى تربط بينها .

وعلى أية حال ، فإن دراسة المعانى تصبح غير كاملة بدون فهم ما يساهم فيه علماء اللغة . ومن نواحٍ كثيرة ، فإن هذا الفرع من العلم يركز على نفس السلوك الذى تدرسه العلوم الاجتماعية الأخرى . فجميعها امتداد لجهود الفلاسفة الذين حاولوا معرفة كيف نعرف ، وما هو تأثير ذلك على تصريف أمور الإنسان .

علم دراسة الإنسان :
النسبية الثقافية فى تركيب المعانى

غالباً ما يحدد علماء دراسة الإنسان ميدان بحثهم بأنه دراسة المخلوقات البشرية وأصولها والمجتمعات الإنسانية ، وثقافاتها فى الماضى والحاضر . وإذا صح ذلك ، فهو ميدان واسع للبحث ، وله اهتمامات تتلاقى وتتداخل أو تتشابك إلى قدر كبير مع اهتمامات العلوم الاجتماعية الأخرى . وقد كان أحد الفروع الأولى لهذا العلم هو علم اللغة . ولما كانت اللغة جزءاً هاماً من ثقافة الإنسان ، فقد كان من الطبيعى لعلماء دراسة الإنسان أن يتبنوا دراستها . ولهذا ، فإنه يبدو من الصعب أحياناً التمييز بين علم اللغات كتخصص فنى منفصل ، وبين دراسة اللغة والثقافة فى نطاق علم دراسة الإنسان anthropology . والواقع أن هذه التفرقة لا تهم . فالموضوع الهام هنا هو ما تم

اكتشافه ، وليس بطاقة التعريف التى سيحظى بها المكتشف .

ويعتبر إدوارد سابير أحد العلماء الرواد فى دراسة اللغة والثقافة . فقد أجرى أبحاثاً فى أوائل هذا القرن حول اللغات التى كانت تستخدمها مختلف قبائل الهنود الأمريكيين . وبعد ذلك ، وسع سابير أبحاثه لتتضمن اللغات فى معظم أنحاء العالم ، سواء كانت لغات قديمة أم كانت لغات معاصرة ، وكذلك اللغات البدائية واللغات الحديثة . وبحلول عام ١٩٢٠ ، أدت دراسات سابير إلى إدراك أن لغات الجماعات لا تختلف فقط عن بعضها ، بل إن فهم الجماعة للعوالم المادية والاجتماعية حولهم يختلف من جماعة لأخرى . وبعبارة أخرى ، فإن ذلك لا يعنى أن كل جماعة لها لغة تستخدم أسماء مختلفة لنفس الأشياء والمواقف عن جماعة أخرى تستخدم لغة أخرى ، ولكن ما بدا واضحاً أن الناس أو الشعوب التى تستخدم لغات مختلفة كانت بالفعل تشعر بواقع مختلف . وقد كانت كلماتهم ، وكذلك عاداتهم اللغوية والمعانى ، تشكل التركيبات المشتركة لمعنى الواقع ، وتعطى لكل جماعة دلائل ذاتية متميزة عن خصائص العالم الذى يعيشون فيه .

إن نظرية سابير يمكن تلخيصها بوضوح فى هذه الفقرة التى تستخدم دائماً ، والتى تعرض الأفكار الأساسية ، وما يترتب عليها ، هكذا :

> اللغة هى دليل « للواقع الاجتماعى » . واللغة تكيف كل تفكيرنا حول المشاكل والعمليات الاجتماعية . فالبشر لا يعيشون فى عالم موضوعى فقط ، ولا فى عالم النشاط الاجتماعى كما هو مفهوم عادة ، ولكنهم يوجدون تحت رحمة اللغة الخاصة بهم ، والتى أصبحت الوسيط للتعبير عن مجتمعهم . ومن الوهم تصور أن الإنسان يتكيف مع الواقع بدون استخدام اللغة ، أو أن اللغة هى مجرد وسيلة عرضية لحل مشاكل معينة تتعلق بالاتصال والتفكير . وحقيقة الأمر هى أن « العالم الحقيقى » هو إلى حد كبير مبنى بطريقة لا شعورية على أساس عادات الجماعة فى استخدام اللغة . ولا توجد أبداً لغتان متشابهتان بدرجة تكفى لاعتبارهما يمثلان نفس الواقع الاجتماعى . والعوالم التى تعيش فيها مجتمعات مختلفة هى عوالم تتميز عن بعضها ، فهى ليست مجرد نفس العالم مع شعار آخر ألصقناه به [١٣] .

وكانت اكتشافات سابير ، وفيما بعد استنتاجات بنجامين هورف الذى وسع من دائرة

المفاهيم لدراسة الإدراك والفكر ، سبباً فى تسميتها « افتراض سابير- هورف أو « مبدأ النسبية اللغوية » .

إن آثار هذه المجموعة من الأفكار لفهم طبيعة ومصادر المعانى الإنسانية لها أبعاد كبيرة . فهى تمثل امتداداً هاماً حقيقياً للتعميم القديم فى الفلسفة ، والذى يقول إننا نعرف الواقع من خلال حواسنا ، وهذه التجربة العملية توفر الأساس لتطوير المعانى عن البيئة الخارجية . ويظل هذا المفهوم بكل تأكيد صحيحاً ، ولكن عمليات الاتصال الفريدة التى يشارك فيها الفرد تعتبر الآن مجموعة معقدة من العوامل الإضافية التى تشكل وتؤثر فى الطريقة التى نمارس فيها تجارب عن حقائق الحياة .

علم الاجتماع : التفاعل الرمزى ومفاهيم الواقع

عرفنا من قبل أن أفلاطون قدم تحليلاً محيراً عن العلاقة بين كل من اللغة والمعنى والواقع . ومن الواضح أن هذا التحليل لا علاقة له بوسائل الاتصال الجماهيرية . ولكنه تصوير لا ينمحى بمرور الزمن عن أن مبدأ عادات اللغة التى تربط المعانى بالكلمات لها تأثير قوى على سلوك الناس . وقد برز هذا المبدأ فى علم الاجتماع كطريقة عظمى لتحليل كيف يكتسب الناس تحديدات مشتركة لمعانى الأشياء ، بما فى ذلك قواعد الحياة الاجتماعية ، وحتى طبيعتهم الخاصة تخضع لهذا التحليل أيضاً ، وذلك بالتفاعل مع الآخرين عن طريق اللغة ، أو كما يميل علماء الاجتماع إلى القول بأنه ، من خلال « تبادل التفاعل الرمزى » .

وهناك خيطان منفصلان إلى حد ما نشآ حول فكرة تبادل التفاعل الاجتماعى ، والمعانى المشتركة كأساس للتفسير الفردى للعالم الموضوعى . وأحدهما جاء من بدايات علم النفس الاجتماعى فى بداية هذا القرن . فقد اقتنع العالم تشارلز هورتون كولى بأن الناس يستطيعون الانتساب إلى بعضهم البعض ليس على أساس صفاتهم الموضوعية كما هى موجودة فى الواقع ، ولكن من خلال « الانطباعات » التى يخلقها كل منهم لدى الآخرين من خلال عملية التفاعل فيما بينهم . ووصف كولى هذه « الانطباعات » باسم « الأفكار الشخصية » . فنحن نكوّن « فكرة شخصية » عن كل شخص نعرفه ،

ويمعنى أشمل نكون « فكرة شخصية » أيضاً عن الناس فى قطعات مختلفة إذا نظرنا إلى كل منها كجماعة . إذن ، تصبح « الفكرة الشخصية » بناء للمعنى ، أى مجموعة من الصفات التى نتخيلها ، ونسقطها على كل من أصدقائنا ومعارفنا كتفسير لشخصيتهم الواقعية .

وكان كولى مقتنعاً بأننا نشارك فى التفاعل الاجتماعى مع الآخرين لأننا نستطيع تكوين « نظائر مماثلة » للأشخاص الحقيقيين فى عقولنا . ونحن نستخدم « الفكرة الشخصية » التى نحملها عن كل منهم كقاعدة للتنبؤ بسلوكهم . كما أننا نستخدم أيضاً هذه الانطباعات للتنبؤ بسلوك الآخرين الذين يبدون مشابهين لهم . وليس من الضرورى أن نقول إن الآخرين يفعلون نفس الشىء معنا . ويقول كولى :

> بالنسبة لدراسة العلاقات الاجتماعية الفورية ، فإن « الفكرة الشخصية » تعبر عن الشخص الحقيقى . وبعبارة أخرى ، فإن فى هذا التصور وحده سنجد أن شخصاً ما يوجد بديلاً لآخر ، ويؤثر مباشرة على عقله . والواقع الاجتماعى الفورى هو « الفكرة الشخصية » ، ولا شىء أكثر وضوحاً من ذلك .
>
> والمجتمع فى ناحيته الفورية هو عبارة عن « علاقة بين الأفكار الشخصية » . وحتى يكون هناك مجتمع ، فإنه من الواضح أن الأشخاص يجب أن يلتقوا معاً فى مكان ما ، وهم يجتمعون فقط كأفكار شخصية فى عقولهم [١٤] .

وفى الفقرة السابقة ، لم نذكر عنصراً إضافياً ناقشه كولى كعنصر أساسى للتفاعل الاجتماعى وهو أننا أيضاً يجب أن تكون لدينا « فكرة شخصية » تفصيلية عن أنفسنا . فذلك يمدنا بمعرفة هامة تساعدنا على تحديد كيف نتصرف فى العلاقة مع الآخرين . فمعرفة أننا ذكر أم أنثى ، رفيع أم سمين ، غبى أم نبيه ، وسيم أم قبيح ، عجوز أم شاب ، كل هذه الصفات هامة فى تشكيل استجاباتنا نحو الآخرين الذين لدينا عنهم « أفكار شخصية » . كما أن معرفة أنفسنا يمكن الحصول عليها أيضاً من عملية التفاعل الاجتماعى المبنى على اللغة .

وقد أطلق كولى على معرفتنا لأنفسنا الاسم المثير « النظر إلى مرآة أنفسنا » ، لأنه اقتنع بأننا نحصل على الانطباع بما نحن عليه شخصياً ، كبشر ، بمراقبة تصرفات الآخرين تجاهنا . فهناك نوع من المرآة الاجتماعية نرى فيها الناس يقبلوننا أو يرفضوننا ،

يعجبون بنا أم يكرهوننا ، يوافقون على تصرفاتنا أم يرفضونها . ومن هذه المعلومات ، فإننا نصل إلى استنتاجات عن طبيعة أنفسنا :

> كل منا للآخر بمثابة مرآة
> تعكس صورة الآخر عندما يمر أمامها [١٥] .

وهكذا كانت نظرية « البناء الاجتماعى » لكولى نوعاً من « العضوية العقلية » التى ترى الجماعات والمجتمع الإنسانى كنظام من الأفكار الشخصية مضافاً إليه فكرة شخصية عن النفس يولدها كل شخص كتركيبات داخلية وذاتية للمعانى .

وقد تم تفسير نظرية « النتائج الشخصية والاجتماعية للتفاعلات الرمزية » بطريقة أكبر ، كما تم تنظيمها فى بداية هذا القرن بواسطة العالم جورج هربرت ميد [١٦] . ورغم أنه كان فيلسوفاً ، إلا أنه كان له تأثير قوى على علماء الاجتماع الذين كانوا يسعون إلى فهم العلاقة بين تفكير الإنسان والسلوك الشخصى والنظام الاجتماعى . وقد استخدم العالم ميد كلمة « عقل » ليشير إلى مقدرة الإنسان على التعلم واستخدام الرموز التى يشاطر معانيها مع الآخرين ، وليس ككيان أثيرى (خفيف) . وتمسك ميد بأنه ، بسبب طاقة العقل هذه على التعلم واستخدام الرموز ، يستطيع الناس الاتصال ببعضهم من خلال اللغة المبنية على معان متفق عليها .

إن المقدرة على الاتصال بالآخرين كانت أيضاً تعتبر مفتاحاً لأفكار الفرد . وقد اعتبر ميد عملية التفكير على أنها استجابة داخلية لرموز ذاتية أو موجهة ذاتياً ولأن الإنسان لديه هذه المقدرة ، فإنه يستطيع أن يبنى مفاهيم عن نفسه بالطريقة التى اقترحها كولى . كما أن الإنسان يستطيع أن يتعلم كيف يتوقع تصرفات الآخرين ، وما سوف يعتبرونه سلوكاً مقبولاً اجتماعياً .

وأشار ميد إلى أنه ، لكى ننتسب إلى الآخرين ، فإن علينا أن « نأخذ دورهم » (نلعب أدوارهم) ، بمعنى أننا يجب أن نتعلم متطلبات القيام بجميع الأدوار المحددة فى جماعة ، ثم نستخدم هذه المفاهيم لنتوقع كيف يستجيب الآخرون فى أدوار معينة لتصرفاتنا . وفى البداية ، فإننا نفعل ذلك فى أسرتنا كأطفال . وبعد ذلك ، فإننا نوسع مفاهيمنا لكى تتضمن المجتمع الأكبر حولنا بمعنى أعم وأشمل . وقد سمى ميد هذا

التركيب « الآخر العمومى » . وهكذا ، فإن العقل والذات والمجتمع ، كلها تركيبات ــ تقييمات شخصية ، وتحديدات للأدوار ــ نحصل عليها من خلال التفاعل الرمزى .

وهناك امتداد معاصر لمفهوم التفاعل الرمزى عند كولى وميد يسميه علماء الاجتماع « نظرية التسمية » أو « نظرية البطاقة أو اليافطة أو العلامة » . هذه النظرية مهمة بالذات فى دراسة السلوك المنحرف . والفكرة الأساسية هى أن الشخص الذى يخرق القانون أو يتجاوز أى سلوك طبيعى « يدمغ » رسمياً بواسطة إحدى وكالات المجتمع . وهذه « العلامة » أو الاسم الذى يطلق على من ارتكب المخالفة ، يصبح عندئذ « صفة كبرى » أو « معنى عاماً » بالنسبة للشخص ، ويحدد كيف يتصرف الآخرون تجاهه ، ويؤدى ذلك فى النهاية إلى إحداث تغييرات فى مفهوم الشخص عن نفسه . وعلى سبيل المثال ، فإن علامات أو أسماء مثل « مريض عقلى » أو « حدث منحرف » أو « عاهرة » ، كلها تثير معانى قوية ، وتجعلنا نعامل الشخص الذى يحملها بطريقة سلبية . ومن الصعب الهروب من هذه التصنيفات حتى لو كانت الأحداث التى أدت إلى هبوطها فوق رؤوسنا جزءاً بسيطاً جداً من حياة المرء بأكملها . وبالإضافة إلى ذلك ، فإن هذه الصفات (مريض عقلى ، حدث منحرف ، وعاهرة) قد تكون ظالمة . وعلى سبيل المثال ، فإن الناس قد تشفى من المرض العقلى ، أو يصححون من سلوكهم المنحرف كأحداث ، أو يمتنعون عن السلوك الجنسى الذى لا يرضى عنه المجتمع . ولكن متى أصبح الفرد مريضاً عقلياً ، فإنه يظل فى نظر المجتمع مريضاً عقلياً حتى لو أنه شفى من مرضه تماماً . وهكذا ، فإن المعانى التى ينسبها الناس إلى الآخرين تظل مرشداً لسلوكهم نحو الشخص الذى يحمل هذه الصفات أو العلامات . ومن الأمثلة الدرامية على ما نقوله ما يحدث عندما يعرف الناس أن شخصاً ما مصاباً بمرض « الإيدز » .

وهناك نظرية مستقلة للتركيب الاجتماعى نشأت فى علم الاجتماع وتعالج المشكلة الأوسع للمعرفة بوجه عام . وأحد أفرع هذه النظرية يسمى « علم اجتماع المعرفة » ، وهو تعبير صاغه فى العشرينيات من هذا القرن الفيلسوف الألمانى ماكس شيلر [١٧] . لكن جذور هذا العلم تضرب فى أغوار الماضى ، ويمكن تتبعها لنفس أصول الفلسفة الكلاسيكية التى ناقشناها من قبل . والفكرة الأساسية فى هذه النظرية أن « معرفة أى شىء » يكتسبها المجتمع تتشكل وتتحدد بالثقافة التى تسود فى ذلك الوقت . وهذه فكرة هامة لتقييم المعتقدات عن « الحقيقة » فى الماضى وفى الحاضر .

وبوجه خاص ، يهتم علماء الاجتماع بأشكال المعرفة التى تشكل طبيعة المجتمع . وهذه تظهر على شكل أيديولوجيات أو أديان أو تفسيرات علمية ، وبالطبع أيضاً على شكل السحر والخرافات . كل هذا كان ، فى وقت من الأوقات ، يؤمن به قطاعات كبيرة من المجتمع ، ويعتبرونه الحقيقة الوحيدة التى تفسر لهم طبيعة العالم الاجتماعى . كما أن معاملة الأشخاص فى النظم الاجتماعية تتشكل وفقاً لمثل هذه المعرفة ، وقد يكون لها تأثير عميق على نوع الحياة التى يعيشها الإنسان [١٨] .

علم النفس الاجتماعى : خطة لمعانى الواقع

وفى الأوقات الحديثة ، أولى علماء الاجتماع اهتمامهم إلى مشكلة تركيب المعنى عند الإنسان ، وكيف يؤثر ذلك فى سلوكه . وكانت التعبيرات التى استخدموها لتصنيف الموضوعات مختلفة عن تلك التى توجد فى العلوم الأخرى ، غير أن الاهتمامات الأساسية كانت متشابهة جداً . وفى هذا النوع من البحث ، يظل ولاء علماء النفس للتجربة باقياً ، كما يتبقى شعورهم العام بعدم الارتياح للتفسيرات العقلية لسلوك الإنسان . فهم يميلون إلى تجنب كلمات مثل « العقل » و « التفكير » ، ويستخدمون كلمات مثل « المعرفة » و « تشكيل الانطباعات » و « فرز المعلومات » التى تبدو إلى حد ما أكثر أماناً .

وقد عقدت أخيراً ندوة هامة حول هذه الموضوعات ، وتم تقديم قرابة أحد عشر بحثاً حول « المعرفة الاجتماعية » . وفى هذه الندوة ، التى تلخص جميع الدراسات التى قام بها تقريباً علماء النفس الاجتماعيون حول موضوع « المعرفة الاجتماعية » حتى عام ١٩٨١ ، استخدم هؤلاء العلماء حوالى ألفى إشارة لأبحاث أخرى (معظمها من علماء نفس آخرين) . وقد تم نشر الغالبية العظمى منها فى الثلاثين سنة الأخيرة ، مما يوحى بعودة مفاجئة للاهتمام بموضوع المعنى والسلوك [١٩] . وبينما لم يهتم العلماء كثيراً بالوسائل الجماهيرية للاتصال فى هذه الندوة ، إلا أنها تعتبر ملخصاً ممتازاً للدلائل المتراكمة حديثاً والتى أدت إليها التجارب النفسية حول المشكلة القديمة عن طبيعة المعرفة عند الإنسان وتأثيراتها على السلوك . وكما أشرنا سابقاً ، تظل هذه المشكلة حساسة بالنسبة لفهم أهمية وسائل الإعلام فى المجتمع الحديث .

وتعتبر « المعرفة الاجتماعية » بمثابة مظلة تربط بين « تركيبات المعرفة » وبين « العمليات الأساسية للحكم الاجتماعى على الأشياء ، وللسلوك الاجتماعى »[٢٠] . ويتضمن السلوك الاجتماعى عملية الاتصال التى عولجت على أساس شكل أطلق عليه اسم « لعبة الاتصال » . وأشارت نظريات علمية أخرى إلى هذه العملية بالاسم التقليدى « الاتصال بين الأشخاص » . وتظهر موضوعات أخرى من أبحاث أخرى متصلة بالموضوع مثل ما أسماه جورج هربرت ميد « القيام بالدور » الذى يسمى الآن « قاعدة الاتصال رقم ١ » ، وما أسماه كولى « الأفكار الشخصية » التى تسمى الآن « التمثيل الذهنى للأشخاص » . وكانت هناك إشارة واحدة لفيلسوف إغريقى واحد فى هذه الأبحاث العديدة (أرسطو) ، كما أن اسم أرسطو كان مكتوباً فى الأبحاث بطريقة خاطئة .

وبالرغم من هذه التوجهات المختلفة فى استراتيجيات البحث ، مثل المسميات للمفاهيم ، وتقدير عمل المفكرين القدماء ، فقد تم اتباع عدد من خطوط البحث الهامة توازى تلك المتبعة فى النظريات الاجتماعية ونظريات الاتصال الأخرى . وتهتم هذه الأبحاث بعمق بطبيعة الذاكرة بالذات ووظيفتها فى العلاقات بين الأشخاص . والأهم من ذلك أن علماء النفس أعادوا اكتشاف اللغة ودورها فى التفاعل الاجتماعى .

والفكرة الأساسية التى تدور حولها معظم أبحاث علم النفس الاجتماعى ، بشأن المعرفة الاجتماعية ، هى مفهوم الخطة . وقد تم تقديم هذا المفهوم فى عام ١٩٣٤ بواسطة عالم النفس البريطانى فردريك بارتليت[٢١] . وقد درس الاتصال بين الأشخاص فى الحكايات الشعبية بين مختلف الجماعات الأفريقية فى محاولة للتوصل إلى وظيفة وحدود الذاكرة عند الإنسان . وللأسف ، فإن هذا التعبير له اليوم عشرات التعريفات ، ولكنه يشير عموماً إلى الطريقة التى يتم بها تركيب ذاكرة الإنسان نفسياً ، وكيف يتيح هذا التركيب التوصل إلى المفهوم والاتصال والسلوك الاجتماعى .

> إن الخطة schema هى تركيب للمعرفة تتألف جزئياً من تمثيل جزء من منطقة تأثير عامل مؤثر محدد . والخطة تحتوى على معرفة عامة عن منطقة التأثير ، بما فى ذلك تحديد العلاقات بين الصفات ، وكذلك أمثلة محددة أو أمثلة لمنطقة تأثير المؤثر . وهكذا ، فإن إحدى الوظائف الرئيسية للخطة هو تقديم إجابات للسؤال « ما هى ؟ » . وتقدم الخطة افتراضات حول المؤثرات القادمة ، والتى تتضمن خططاً لتفسير وجمع المعلومات المتعلقة بالخطة . وقد توفر أيضاً أساساً لتنشيط تسلسلات من السلوك الفعلى مترتبة على توقعات

لتسلسلات محددة من السلوك . . أو بمعنى آخر توفر نصوصاً لكيفية سلوك الفرد فى موقف اجتماعى [٢٢] .

ولو أن أفلاطون تمكن من اختراق الاصطلاحات الخاصة بعلم النفس ، لكان قد فهم جيداً فكرة الخطة schemata وهى أساساً « تنظيم شخصى للمعانى الذاتية » للأشياء ، والمواقف أو الأحداث التى يشعر بها الإنسان من خلال حواسه . وهى طريق عالم النفس الاجتماعى للحديث عن مخزون الإنسان من المعرفة ــ أو الاستجابات الداخلية التى تثار عند إدراك شىء ما مباشرة ، أو عند استخدام الكلمات للاتصال مع الآخرين حول هذا الواقع . وهناك مثال بسيط هو فكرة « المنزل » . فهو فى نطاق ذاكرة الإنسان عبارة عن صفات ، وما يمثله هذا الشىء ، وآثار تجربة أو ما يحلو للمرء أن يسميه تجربة ، مما يتيح للشخص عندما يواجه منزلاً فعلاً أن يتعرف على المؤثرات الحسية المماثلة الداخلة إلى العقل وهل يتفق مع التجارب التى سبق تخزينها عن هذا « المنزل » . إن تنظيم هذه التجارب فى الذاكرة هو ما يسميه العلماء « الخطة » schema . لكن هذه الخطة لا تعمل فقط عند رؤية منزل حقيقى وإدراكه ، ولكنها تعتبر أساساً لتداعى المعانى عندما يقول أحد كلمة « منزل » فى أثناء الاتصال بين الأفراد . ومن المفترض أن الفكرة تعمل أيضاً عندما يريد أحدهم التعبير عن فكرة لشخص ما آخر ، ويستخدم كلمة « منزل » ليعبر عن هذه الفكرة . وبالإضافة إلى ذلك ، فإن الخطة تمكن الشخص من الاشتراك فى تخيل أشياء لها معنى أو التفكير فى المنازل ، وتوفر جزءاً هاماً فى تشكيل السلوك الشخصى والاجتماعى نحو المنازل أو فى المواقف المتصلة بالمنزل .

وهكذا ، فإن البحث النفسى الاجتماعى المعاصر يؤكد ما سبق ذكره منذ وقت بعيد بواسطة الفلاسفة وعلماء الإنسان وعلماء الاجتماع وغيرهم . فهناك علاقة هامة بين المعرفة التى نكتسبها من التعلم فى المجتمع وبين الطريقة التى نتصرف بها تجاه العالم المادى والاجتماعى المحيط بنا . والخطة schemata التى تحمل شبهاً كبيراً لفكرة أفلاطون عن « الأشكال » تقدم لنا تفسيراً للوظيفة السيكولوجية للذاكرة والإدراك والتفكير والاتصال .

ويتفق مع التفكير السابق حول طبيعة المعانى والسلوك إلى حد كبير فكرة أن الخطة schemata هي تراكيب يتم اكتسابها فى عملية تعلم اجتماعى . ومن الواضح أن الأشخاص لا يولدون ولديهم هذه التراكيب الداخلية لفرز المعانى . ولكنها تأتى للفرد

نتيجة لما يسميه العلماء التطور الاجتماعى . ويتم ذلك داخل مجتمع معين له قواعده الفريدة لتركيب المعانى . وباختصار ، فإن تجارب علم النفس الاجتماعى قد أظهرت تأكيدات إضافية للمبادىء الراسخة بعمق التى تقول أن المعانى التى يتذكرها الإنسان هى أساس المعرفة ، وأن هذه المعانى ، مع تصنيفها والاتفاق عليها ، هى أساس الاتصال ، وأن الاتصال بدوره هو أساس النظام الاجتماعى .

وأعجب ما فى هذا الوصف السريع لبعض الاهتمامات المركزية لأربعة من الأبحاث المعاصرة أنها فى نواحٍ كثيرة تتبع نفس الموضوعات الأساسية ولكن بطرق مختلفة . فهى تستخدم كلمات مختلفة ، وكذلك تجارب متباينة . وللأسف ، فإن ما يجرى فى إحداها لا يعرفه الباحثون الآخرون . إن الأبحاث المعاصرة لعلم الاجتماع تميل إلى أن تكون أجزاء منعزلة عن بعضها فكرياً ، حيث يعيش الناس ويعملون وهم منعزلون عما يجرى فى أماكن أخرى مثل أحياء الفقراء ghettos المعزولة . ومن المؤسف أيضاً أن الباحثين المعاصرين يبدو أنهم غير مدركين للمعرفة العميقة التى تم التوصل إليها عن الحالة الإنسانية والتى تراكمت طوال قرون عديدة عن الفكر الاجتماعى ، وهى فى نفس الوقت لها علاقة قوية بالموضوعات التى يدرسونها حالياً . وربما ، لهذه الأسباب ، هناك قدر كبير من إعادة اختراع نظريات ومفاهيم لأبحاثهم . ولما كان هؤلاء الباحثون غارقين فى تجاربهم البحثية الضيقة ، وهم سعداء بجهلهم بميراثهم الثقافى ، فإن كثيرين من هؤلاء الباحثين الجدد يطلق عليهم اسم « كولومبوس الجديد » . وهو تعبير من اختراع عالم الاجتماع بتريم سوروكين . فهم يعيدون اكتشاف وتسمية ما هو معروف من قبل منذ أمد بعيد . ورغم ذلك ، فإن مساهمة هذه الأبحاث يمكن أن تكون هامة ، ومما لاشك فيه أنها تدفع إلى الأمام نحو حافة المعرفة .

وسائل الإعلام
وتأثير الواقع المأخوذ عنها

طور الدارسون والباحثون الذين يدرسون وسائل الإعلام وآثارها عدة نظريات مبنية أساساً على المبدأ القائل بأن المعانى وتفسيراتها للواقع هما تركيبات اجتماعية . ويتضح

الآن أكثر فأكثر أننا ـ مثل الرجال فى كهف أفلاطون ـ أصبحنا نشهد بازدياد عالم تسوده وسائل الإعلام أكثر مما نشهد الحقيقة نفسها . وعلى العكس من أفلاطون واستعراضه للظلال على الحائط ، فإن وسائل إعلامنا الحديثة توسع أكثر مما تقلص ما يصل إلى عيوننا وآذاننا . ولكننا مازلنا نرى تمثيلاً للواقع وليس الواقع نفسه . وهذه الحقيقة لابد أن يكون لها تأثير علينا . والواقع أن أحد المعالم العظمى لانتقالنا الآن إلى عصر وسائل الإعلام هو أننا على اتصال بما يمثل أو يقوم مقام الواقع إعلامياً . وهذا التمثيل للواقع يعبر عن عالم مادى واجتماعى معقد أكثر مما تعبر عنه الملامح الموضوعية لعالمنا الشخصى الضيق .

وقد حاول خبراء الإعـلام والمنظرون ابتداع طرق للبحث والتفسير تغوص فى نتائج انتقالنا إلى مجتمع من وسائل الإعلام . وفى بعض الأحيان ، كانت نظرياتهم وتفسيراتهم مبنية على أساس الميراث الثقافى الذى شرحناه فى هذا الفصل . وفى أحيان أخرى ، كانت نظريات الاتصال موازية ببساطة لنظريات العلوم الاجتماعية الأخرى ، كما أنها تجاهلت المبادىء التى تم اكتشافها فى العصور الأولى . وعلى أية حالة ، فقد طور علماء الاتصـال أربـع نظريات تعتبر إلى حد ما مماثلة أو مأخوذة عما نسميه « نموذج المعنى العام » . هذا « النموذج » مبنى على أسس المعرفة ، واللغة ، والسلوك ، التى تراكمت منـذ أن بدأ أعضاء جنسنا البشرى لأول مرة المعركة الذهنية لفهم طبيعتهم ، وكيف يختلفون عن الكـائنات الأخرى من حولهم . ويعتبر « النموذج » ، إذن ، جزءاً من ميراث ثقافى تم فحصه وإعادة فحصه طوال قرون من التحليل الفلسفى والحوار . وهو أيضاً يرجع فى جزء منه إلى مساهمات العلوم الاجتماعية المعاصرة .

ومن الصعب فهم مثـل هذه الأفكـار العديدة فى أى قائمة بسيطة تتضمن هذه الموضوعات ، ولكن « نموذج المعنى » يتضمن أساساً المقترحات المتشابكة التالية :

(١) الذاكرة عند الإنسان تتيح تطوير المعرفة .

(٢) المعـرفـة موجـودة على شكل مفاهيم ، وهى تركيبات لها أسماء أو تصنيفات للمعانى التى يتذكرها الأشخاص .

(٣) معـانى المفـاهيم يمكن للشخص أن يحصل عليها إما عن طريق الاتصال الحسى المباشر مع النواحى المختلفة للواقع أو من خلال التفاعل الرمزى فى الجماعات التى تستخدم اللغة .

(٤) اللغة هى أساساً مجموعة من الرموز (اللفظية أو غير اللفظية) تستخدم فى تمييز وتسمية وتصنيف المعانى المتفق عليها .

(٥) العادات أو الاتفاقات توجد الروابط بين الرمز والمعنى ، وبهذا فهى تتيح عملية الاتصال بين هؤلاء الذين يلتزمون بالقواعد .

(٦) رموز اللغة المتفق عليها والتى يستخدمها شعب معين تشكل فهمهم أو تفسيرهم أو سلوكهم تجاه عالمهم المادى والاجتماعى .

وبطريقة أو بأخرى ، فإن ما ذكرناه سابقاً (النقاط الست) تعتبر المبادىء التى يجب أخذها فى الحسبان عند ابتكار نظريات لوسائل الإعلام تساعد على فهم كيف يلعب مضمون الإعلام أو المحتوى الإعلامى دوراً هاماً فى التركيب الاجتماعى للمعنى . والواقع أن هذا الفهم لم يتقدم سوى خطوات بسيطة لا تتعدى نظريات أولية عن نواحٍ معينة لوسائل الإعلام . ورغم ذلك ، يمكن التعرف على أربع من هذه النظريات التى تعالج كيف تشكل وسائل الإعلام المعانى ، والآثار التى تترتب على ذلك بالنسبة لسلوك الفرد . وهذه النظريات هى : (١) وظيفة الصحافة فى تركيب المعانى كما حددها والتر ليبمان فى العشرينيات . (٢) نظرية التثقيف التى ظهرت بعد تحليل جورج جربنر كتأثير التليفزيون على مخاوف الجمهور من العنف . (٣) وظيفة الصحافة فى ترتيب جدول الأعمال التى توصل إليها دونالد ل. شو وماكسويل ماكومبز كوسيلة لفهم كيف يرتب الجمهور أهمية المسائل السياسية التى تغطيها الأخبار . (٤) تأثير وسائل الإعلام فى تشكيل اللغة الذى توصل إليه فى البداية ملفين دوفلور ، وتيموثى بلاكس .

وظيفة الصحافة فى بناء المعانى وتركيبها

استعرض المؤلف الكلاسيكى الذى كتبه وولتر ليبمان « الرأى العام » ، والذى نشره لأول مرة عام ١٩٢٢ ، أمثلة عديدة لكيف أن الصفات الحقيقية للعالم غالباً ما لا تكون لها علاقة بالمعتقدات التى يؤمن بها الناس حول هذا العالم المحيط بنا [٢٣] . وناقش الكتاب أيضاً كيف أن التفسيرات التى تقدمها الصحف عن الأحداث تستطيع أن تغير بشكل كبير تفسيرات الناس عن الواقع ، وبالتالى تغير أيضاً نماذج تصرفاتهم حيال هذا الواقع .

وقدم ليبمان ، مثالاً لذلك ، أوروبا عام ١٩١٤ وقبل نشوب الحرب العالمية الأولى مباشرة . وكان هناك كثيرون لم يسمعوا بنشوب الحرب طوال عدة أيام (فقد كانت الأخبار تنتقل بطرق أكثر بطءاً فى ذلك الوقت) . وفى جميع أنحاء العالم ، استمر الناس فى إنتاج بضائع لن يتاح لهم تصديرها على المراكب ، وشراء بضائع من الخارج لن يتاح لهم بالمرة استيرادها . كما أنهم استمروا فى التخطيط لمستقبلهم أو التفكير فى مشروعات لن يمكن تحقيقها إطلاقاً . وهكذا ، فإنهم كانوا يعيشون فى عالم سوف تتغير صورته بطريقة جذرية حالما تصل أخبار الحرب إليهم .

والنقطة الكبرى التى يسعى ليبمان لإيضاحها هنا هى أن طريقة تصوير الصحافة للعالم آنذاك كانت تعتبر زائفة غالباً لأنها كانت مُضلِّلة جداً ، وتخلق صوراً مشوهة ، وأحياناً « صوراً زائفة تماماً فى رؤوسنا » عن « العالم الخارجى » . وعلى سبيل المثال ، عندما ذكرت الصحف فى ٦ نوفمبر ١٩١٨ نبأ الاتفاق على الهدنة (وكان ذلك خبراً زائفاً لأن الهدنة لم تتحقق إلا بعد ذلك بخمسة أيام) كان الناس يحتفلون ويبتهجون بسبب صورة زائفة عن الواقع . وفى نفس الوقت ، كان ألوف عديدة من الشبان يلقون حتفهم فى ميدان المعارك .

واستنتج ليبمان من ذلك أن الناس يتصرفون ليس على أساس ما يحدث أو ما قد وقع فعلاً ، ولكن على أساس ما يعتقدون أنه الموقف الحقيقى . وهذا الموقف حصلوا عليه من الصور التى قدمتها لهم الصحافة ، وهى معانٍ وتفسيرات ليس لها فى الغالب سوى نصيب محدود مما حدث فعلاً . وهذا من الممكن أن يؤدى إلى تصرفات غير لائقة وسلوك لا علاقة له بحقيقة ما يجرى فى العالم خارجنا .

ولم يضع ليبمان اسماً لنظريته . ولكن من الواضح أنها نظرية لتركيب المعنى تركز على تأثير الحقيقة كما تقدمها وسائل الإعلام . وهى متسقة تماماً مع « نموذج المعنى » الذى ناقشناه من قبل . وترجع أهميتها إلى أنها واحدة من البيانات الأولى عن دور وسائل الاتصال الجماهيرية فى تركيب المعانى التى تعتبر أساساً لتصرف الإنسان . وقد كان من الواضح اهتمامها الكبير بصياغة الأخبار التى كانت موجودة أيام ليبمان . أى إنه يمكن القول بأنها نظرية تختص « بالصحافة » بالتعبير التقليدى لهذه الكلمة . وهكذا ، فإن تقرير ليبمان عن الكيفية التى يحصل بها الناس على المعرفة من وسائل الإعلام يشير إلى « وظيفة الصحافة فى تركيب المعانى » .

وتتعمد وسائل الإعلام أن لا تخلق صوراً زائفة أو أوهاماً ، أو أن تخدع أحداً ، وذلك على الأقل فى معظم المجتمعات الغربية . بل على العكس من ذلك ، فإن قواعد أخلاقيات الصحافة تؤكد على « الموضوعية » و « الإنصاف » و « الدقة » و « البحث عن الحقيقة » . ولكن هذه مباراة خاسرة حتى قبل أن يبدأها اللاعبون . فانتقاء ما ينشر وما لا ينشر ، وتشويه الأخبار هما نواتج لعوامل خارج سيطرة المندوبين ، ورؤساء التحرير ، والمنتجين أو الناشرين . إن تصوير « العالم خارجنا » كما تقدمه الصحافة هو نواتج مترتبة على ظروف سابقة على النشر ، مثل الموارد المحددة المتوفرة لدى الصحفيين لدراستها عند وقوع حادث معين مباشرة . وهى أيضاً نواتج القيود على عملية إعداد الأخبار بحيث تلائم متطلبات الوسيلة المعنية للإعلام . وهناك أيضاً خسارة لابد منها فى التفاصيل فى أى تقرير يحاول التركيز على الحقائق المركزية ، ويتجاهل باقى الحقائق . وبالإضافة إلى ذلك ، هناك مشكلة الاستيلاء على انتباه القارىء أو المتفرج أو المستمع والاحتفاظ بهذا الانتباه فى صناعة الإعلام التى تعتمد على الإعلان كمصدرها الرئيسى للدخل . فالقصص التى يحتمل أن تزيد من التوزيع ، والتى تؤدى إلى جذب الانتباه للإعلانات ، والتى بدورها ستؤدى إلى أرباح لابد فى النهاية أن يكون لها نصيب أكبر من المساحة فى الصحيفة ، أو الوقت فى الإذاعة والتليفزيون . وهما مساحة ووقت محدودان .

وهكذا ، فإن نوافذ الحقيقة التى توفرها لنا صحافتنا تتشكل جزئياً بطبيعة الأساس الرأسمالى لصناعة الأخبار نفسها . والصحافة فى مجتمع اشتراكى أو شيوعى تشكلها عوامل اقتصادية وسياسية من نوع آخر ، ولكنها من أجل نفس الأسباب أو معظمها تشوه أيضاً « الصور فى رؤوس الجماهير » .

والذى لم يتوقعه ليبمان فى ١٩٢٢ أن نظريته تنطبق جيداً على وسائل الإعلام الحديثة التى ستقدم الأخبار فى النصف الأخير من القرن العشرين . وعندما أصبح « الراديو » ، وبعد ذلك « التليفزيون » ، جزءاً من « الصحافة » ، فقد خلقا هما أيضاً « صوراً فى رؤوس الناس » الذين يتابعون النشرات التى يقدمانها . وبالضرورة ، ولنفس الأسباب السابق ذكرها والتى كانت تؤثر فى الصحافة فى أثناء الحرب العالمية الأولى ، فإن هذه الصور كانت تركيبات مشوهة للحقيقة (فى الإذاعة والتليفزيون) أكثر منها تمثيلاً دقيقاً للواقع والحقيقة .

وهناك دراسة كلاسيكية تظهر كيف يقدم التليفزيون لجمهوره تفسيرات لحدث من

الأحداث تختلف كثيراً عن الحقائق الفعلية . وقد أجريت دراسة فى أثناء الأيام الأولى لظهور التليفزيون ، فقد أعد كل من كيرت وجلاديس لانج مقارنة تفصيلية بين تصوير الحدث فى التليفزيون وحقيقة الحادث كما جرى فعلاً [٢٤] . وكان الموضوع الذى تابعاه هو استعراض « يوم ماك آرثر » فى شيكاجو عام ١٩٥٢ . والمعروف أن الجنرال دوجلاس ماك آرثر هو واحد من أعظم الأبطال الأمريكيين فى الحرب العالمية الثانية . وكان فى طريقه إلى الوطن أخيراً بعد أن قاد القوات البرية فى الحرب ضد اليابان ، وظل هناك بعد انتهاء الحرب لكى يتولى إدارة الاحتلال الأمريكى لليابان . وعندما نشبت الحرب الكورية تولى قيادة العمليات الحربية . وأخيراً ، حان وقت عودته إلى أمريكا . وبعد خدماته غير العادية لأمريكا ، كان من اللائق تكريمه . وفعلاً قامت مجتمعات عديدة بتكريم ماك آرثر . ومن بينها شيكاجو التى كانت تحتفل « بيوم ماك آرثر » فى استعراض ضخم لتكريم عودة الجنرال لوطنه .

وبينما توجه ألوف من الأمريكيين لمشاهدة الاستعراض بأنفسهم ، فقد بقى ألوف آخرون فى المنازل لمشاهدته فى التليفزيون . هنا ، إذن ، قصتان لنفس الأحداث الحقيقية كما وقعت : الاستعراض كما جرى فى شوارع شيكاجو ، والاستعراض كما ظهر فى شاشات تليفزيون المشاهدين . وأوفد الباحثان كيرت وجلاديس لانج فريقاً من المراقبين لمشاهدة الاستعراض شخصياً ، وإعداد تقارير مفصلة عن الواقع كما لمسوه . أما الفريق الآخر من المراقبين ، فقد كلف بمشاهدة الاستعراض على التليفزيون . وأعد هذا الفريق أيضاً تقريراً عما شاهده . ومثل رجال الكهف فى قصة أفلاطون الذين شاهدوا الظلال فقط ، فى مقابل الرجل الذى عرف حقيقة ما يجرى فعلاً خارج الكهف ، سوف نجد أيضاً أن الفريقين فى بحثنا هذا قد واجها عالمين مختلفين . فقد كان الاستعراض على التليفزيون حياً وحافلاً بالإثارة الدائمة . وتكونت لدى المشاهدين انطباعات عن وجود جماهير كبيرة وحماسية من المتفرجين فى الشوارع . وظهر الجنرال ماك آرثر على الشاشة باستمرار وهو محاط بجماهير المعجبين . ولقد كانت تجربة مثيرة حقاً . وعلى العكس من ذلك ، فقد وجد الذين حضروا الاستعراض فعلاً أنه كان مملاً . فقد انتظروا فى الشارع مع بضعة أشخاص آخرين . ولم يكن عدد الجماهير كبيراً . ولم يشاهدوا جماهير ضخمة فى الشوارع . ومر الجنرال أمامهم بسرعة فى سيارة . ولوح لهم محيياً ، ثم مضى فى طريقه . وكان هذا كل ما جرى . واستنتج الباحثان من ذلك

أن التليفزيون يقدم « وجهة نظر فريدة فى نوعها » . فهو يختار المناظر وزوايا الكاميرات بعناية وبحيث يضاعف من إثارة المشاهدين .

وأكدت أبحاث أخرى أن العالم الحقيقى ، والعالم الذى تقدمه وسائل الإعلام قد يكونان مختلفين إلى حد كبير . فالناس فى الدول الأخرى غالباً ما تتشكل صورة الولايات المتحدة لديهم على أساس أفلام الجريمة والأفلام البوليسية ، والمسلسلات ، ومختلف أنواع الدراما التى توزعها وسائل الإعلام الأمريكية فى أسواق ما وراء البحار . ونحن أيضاً (الأمريكيون) نكون بلاشك انطباعات عن المجتمعات الأخرى ، وعن مجتمعنا الأمريكى أيضاً ، بطريقة مشابهة . وهكذا ، فإن رأى ليبمان أن الصحافة تخلق صوراً فى رؤوسنا ــ أو أوهاماً ــ وأن هذه الصور تقدم لنا معرفة الواقع الذى يشكل سلوكنا ، هذه النظرية التى قدمها ليبمان تبدو متفقة أيضاً مع ما نعرفه اليوم عن وسائل الإعلام .

نظرية التثقيف

هناك نظرية أخرى حديثة لتركيب المعانى وتبحث فى تأثير الواقع كما تقدمه وسائل الإعلام ، قدمها جورج جيربنر وشركاؤه . وقد نبعت هذه النظرية من قلق الجمهور الأمريكى على المستوى القومى من تأثير العنف الذى تميزت به الستينيات والسبعينيات . وأصبحت دراسة العنف فى التليفزيون مستحوذة على تفكير الأمريكيين ، وكان ذلك نتيجة لمحاولتين فيدراليتين لفهم المشاكل . فقد أصدر الرئيس الراحل جونسون قراراً بتعيين لجنة لدراسة أسباب العنف والعمل على منعه [٢٥] . والقرار الثانى أصدره الكونجرس لتخويل القيام ببحث شامل عرف فيما بعد باسم تقرير الجراح العام المشهور [٢٦] . وتضمن تقرير كل من اللجنتين جرداً شاملاً وتفصيلياً لكمية وأشكال العنف التى صورها التليفزيون فى تلك الفترة . ولم يكن الهدف أن يصبح تحليل المحتوى الذى أجراه جورج جربنر [٢٧] شيئاً نظرياً . فقد كان تحليل المحتوى عبارة عن تقرير بالأرقام عن عدد أشكال العنف التى يعرضها التليفزيون . وكانت النتيجة أن التليفزيون يعرض كماً كبيراً من العنف . واستمر اهتمام الرأى العام على نطاق واسع بمشكلة العنف فى التليفزيون . ولهذا قام جربنر ومساعدوه بإجراء تقييم سنوى للموضوع فى

السبعينيات والثمانينيات ، ذكروا فيه كمية العنف المعروضة فى التليفزيون على شكل « صورة سنوية للعنف » (٢٨) .

وفى السنوات الأخيرة ، طور جربنر وآخرون هيكلاً نظرياً ، واستراتيجية تجريبية لدراسة تأثير العنف فى التليفزيون على معتقدات الناس . واتسع نطاق اهتمامهم ليشمل إلى جانب العنف أشكالاً أخرى من السلوك التى يعرضها التليفزيون . وكانت استنتاجاتهم هامة للغاية ، وخصوصاً تلك التى تقول أن ما يمثله التليفزيون من أشكال يؤثر فى سلوك الفرد وذلك عن طريق تشكيل معتقدات الناس .

وصاغت مجموعة جربنر تعبيرات جديدة تشير إلى الفكرة ــ وهى ليست جديدة تماماً ــ بأن الواقع فى وسائل الإعلام يمكن أن يؤثر فى المعتقدات ، وبالتالى فى سلوك الإنسان . ويطلقون على ذلك اسم « نظرية الاتجاه السائد » . وبالنسبة للتليفزيون فهم يقترحون أن مضمون برامج التليفزيون تعمل على « تثقيف » معتقدات الناس . وليس واضحاً ما إذا كانت هذه التعبيرات الجديدة التى تم إدخالها قد أضافت الكثير . إن هذه النظريات تقع تماماً فى نطاق التقاليد القديمة التى تتحدث عن « نموذج المعنى » ونظريات « التركيب الاجتماعى » التى بحثناها من قبل .

وعلى أية حال ، فقد اهتم جربنر وشركاه فى دراستهم « للتأثيرات الثقافية » بمسألة كيف يضخم العنف المعروض على التليفزيون من مخاوف الناس من الجريمة فى أحيائهم . وحتى يقدموا دليلاً تجريبياً على ذلك ، فقد اخترعوا طريقة للقياس اسمها « التثقيف التباينى » . وهى أساساً وسيلة للاختيار الإجبارى لتركيب واستخدام قائمة بأسئلة معينة . وعلى سبيل المثال ، يوجه السؤال التالى للشخص : ما هو احتمال أن تتورط ، ذات أسبوع ، فى نوع من أنواع العنف (فى الحى الذى تقيم فيه) ؟ . ومن الطبيعى أن تكون هذه الفرصة ضئيلة ، ومن المؤكد أنها تقل عن واحد فى المائة ، حتى فى حى تزداد فيه الجريمة نسبياً . ولكن إذا كان الشخص قد شاهد الكثير من برامج التليفزيون ، وإذا كان قد تأثر بهذه التجربة ، وأصبح يعتقد مثل الآخرين أن مستويات العنف قد ازدادت فى الواقع ، فإن فرصة تعرضه للجريمة سوف تزداد فى إجابته عن السؤال ، وقد تصبح مثلاً (عشرة فى المائة) . وهكذا ، تصبح العشرة فى المائة إجابة تليفزيونية للسؤال الموجود فى القائمة ، بينما الواقع يقول أن نسبة تعرض هذا الشخص للجريمة لا تزيد على واحد فى المائة . وتتنبأ النظرية بأنه إذا كانت معتقدات المشاهدين

قد تم « تثقيفها » بالعنف المعروض فى التليفزيون ، فإن الذى يجيب عن السؤال سوف يختار الإجابة التليفزيونية . والواقع أنها استراتيجية مثيرة للاهتمام حقاً . فبينما تترك كل القيود التى تحد من حرية بحوث الاستقصاء التى ناقشناها فى الفصل السابع ، إلا أنها تركز الانتباه على أشكال معينة للسلوك ، وتربطها بأشكال معينة للمحتوى الإعلامى .

ويبدو أن البيانات التى حصلنا عليها بطريقة « التباين الثقافى » يظهر منها أن بعض الناس الذين يشاهدون التليفزيون بكثرة لديهم مخاوف مبالغ فيها حول مستوى العنف الذى يتوقعون أن يصادفوه فى أحيائهم . ومما يؤسف له أن هذا النوع من الأبحاث قد أثار حتى الآن نوعاً من التساؤل حول « منهج البحث » الذى يتبعه . وعندما حاول الباحثون أن يحصلوا على نتائج مماثلة لما توصل إليه جربر وشركاه ، لم يجدوا أن البيانات التى حصلوا عليها تؤيد أو تتفق مع الافتراض الذى يقول أن التليفزيون قد شكل مخاوف الناس من أحيائهم . وبدلاً من ذلك ، فإن المستوى الفعلى للجريمة فى المنطقة كان يبدو هو العامل الأكثر أهمية فى ذلك [٢٩] .

وبالرغم من الجدل الذى أثير حول هذا الموضوع ، وبغض النظر عما إذا كان أم لم يكن أكثر من اختراع سابق أعيد تصويره تحت بطاقة جديدة ، فإن التحليل التثقيفى يعتبر جهداً واعداً لمتابعة السؤال القديم حول كيفية حصولنا على المعرفة ، وكيف تساهم هذه المعرفة فى إرشادنا للسلوك الذى نتبعه . ومن المأمول أن تساعد عملية التقييم لمعتقدات الناس فى إثبات أن الحقيقة فى وسائل الإعلام تؤثر فى المعانى التى نكونها عن العالم الموضوعى .

وظيفة الصحافة فى ترتيب جدول الأعمال

وهناك مجهود إضافى لفهم تأثير الحقيقة فى وسائل الإعلام على سلوك الناس . وتسمى هذه النظرية « وظيفة الصحافة فى ترتيب جدول الأعمال » . والفكرة الأساسية فى هذه النظرية أن هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التى تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية (أو الصحافة بشكل عام ، أى التى تتضمن الصحف والإذاعة والتليفزيون) الموضوعات فى أثناء حملة انتخابية ، وبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها هؤلاء الذين يتابعون الأخبار . وهذه النظرية عن تركيب المعنى ، تركز بالذات على الأخبار

السياسية فى مواجهة المحتوى الأكثر شمولاً لوسائل الإعلام . وبالإضافة إلى ذلك ، فإن النظرية تركز على طراز واحد من المعانى الداخلية ، أو مجموعة المعتقدات التى تنتج عن تصوير وسائل الإعلام لها ـ أى نظام ترتيب الأهمية طبقاً للصفات المنسوبة إلى مجموعة من الموضوعات السياسية التى تتناولها الصحافة . ورغم ذلك ، فإن النظرية تتفق مع المعنى الأشمل « للنموذج » ، كما أنها موضوع للتركيب الاجتماعى تتعلق بالواقع كما تصوره وسائل الإعلام ، وتطور المعانى الذاتية ، وتأثيرها على السلوك .

وقد وضع ماكسويل إى . ماكومبز ، ودونالد إل . شو فى أواخر الستينيات الافتراض الأساسى للنظرية فى شكل يمكن إجراء الأبحاث عليه . وأصبحت هذه النظرية هى النظرية الرئيسية للدراسة على نطاق ضيق لأخبار حملة انتخابات الرئاسة فى ١٩٦٨ ، وكيف كان الناس يرون أهمية الموضوعات المثارة [٣٠] . وتم إعداد تحليل مضمون لكيفية تقديم التليفزيون والصحف والمجلات للأخبار السياسية عن المرشحين والموضوعات التى يناقشونها طوال فترة ممتدة . وتم إجراء استقصاء صغير لتقييم « معتقدات الذين استجابوا للبحث حول الأهمية التباينية للموضوعات المثارة التى غطتها وسائل الإعلام .

وقد تم اكتشاف أن هناك توافقاً كبيراً بين كمية الانتباه لموضوع معين فى الصحافة ، ومستوى الأهمية التى يوليها الناس لهذا الموضوع فى مجتمعهم بعد أن تعرضوا لوسائل الإعلام . ولا يعنى هذا أن الصحافة نجحت فى استمالة الجماهير لتغيير رأيها وتبنى أية وجهة نظر معينة ، ولكنها نجحت فى إقناع الناس بأن يعتبروا بعض الموضوعات أكثر أهمية من موضوعات أخرى . وهكذا ، أصبح « جدول أعمال الصحافة » (أو ترتيب أهمية الموضوعات والأخبار عندها) هو نفس « جدول أعمال الجمهور » . وبهذا المعنى نستطيع أن نقول أن هناك توافقاً وثيقاً بين العالم الخارجى وبين الصور التى فى رؤوس الذين تمت إجراء الدراسة عليهم .

وأدى نجاح الدراسة الأولى فى تقرير هذه العلاقة إلى قيام الباحثين بإجراء بحث أكبر حول انتخابات الرئاسة عام ١٩٧٢ [٣١] . وأثبت هذا البحث بوجه عام ما تم اكتشافه فى البحث الأول . وكان مدى البحث الثانى أكبر ، كما أن الموضوعات المثارة فى الحملة الانتخابية لم تكن هى نفس موضوعات البحث الأول ، بالإضافة إلى أن مكان البحث كان مختلفاً هذه المرة . ورغم ذلك ، فقد تم تأكيد النظرية بوجه عام . وجداول الأعمال (ومعناها هنا مستويات الاهتمام التى يوليها الناس للموضوعات) التى تحددها

وسـائـل الإعـلام ، كانت ترتبط بدرجة قريبة إلى مراتب الأهمية التى يوليها الجمهور للمشـاكـل والموضوعات . وبالإضافة إلى ذلك ، فإن الباحثين درسوا عدداً كبيراً من المتغيرات المتداخلة لفهم الخلافات بين وسائل الإعلام ، ودور الخلافات الفردية ، وتأثير الطبقات الاجتماعية على عملية إعداد جدول الأعمال .

وقد أصبحت دراسة إعداد جدول الأعمال الآن من الأبحاث التقليدية المستقرة . والنقـطة المهمة فى هذه النظرية وأبحاثها أنها تمثل نوعاً من « العودة إلى الأساسيات » بالنسبة للباحثين فى وسائل الاتصال . فهى تتبع التقاليد الراسخة عن دور الصحافة فى الانتخـابات ، كما أنها تستكشف « سلطة الصحافة » فى المساعدة فى تشكيل التفكير العام حول العملية السياسية والمشاكل التى تهتم بها . وبينما تتطور النظرية ، فإن نتائج « إعداد جدول الأعمال » يمكن بحثها من جميع النواحى ، وتظهر أهميتها فى العملية الديمقراطية الشاملة بطريقة أكثر وضوحاً . وعلى سبيل المثال ، إذا كان الناس يعتبرون مجموعة من الموضوعات أكثر أو أقل أهمية ، فهل يؤثر ذلك على الطريقة التى يصوتون بها لصالح مرشحين معينين ؟ وهل تؤدى هذه « الأجندة العامة » إلى اهتمام السياسيين بموضوعات على قمة القائمة (قائمة جدول الأعمال أو الأجندة) ويتجاهلون تلك التى فى قاع القمة ؟ . لا توجد حتى الآن إجابات واضحة لهذه الأسئلة ، ولكنها توسع من أهمية نظرية « إعـداد جدول الأعـمال » من نظرية وصفية إلى نظرية لها مغزاها القوى وأهميتها للعلاقة الديناميكية بين الصحافة ، والجمهور والسياسيين .

وظائف الحديث واللغة فى وسائل الإعلام

بينما يستمر الانتقـال إلى مجتمـع وسائل الإعلام ، فإن جانباً أكبر فأكبر من النشاط الاتصالى اليومى للمواطن العادى يقضيه مع وسائل الإعلام الجماهيرية . ومازال الكلام وجهاً لوجه هو وسيلتنا الأساسية والرئيسية للاتصال ، ومن المحتمل أن تظل كذلك على الدوام . غير أن كمية الوقت الذى يقضيه الناس مع وسائل الإعلام قد ازدادت بدرجة كبيرة جداً فى العقود الأخيرة من هذا القرن . وفى عام ١٩٨٥ ، اكتشف الباحثون أن جهـاز التليفـزيون فى أى منزل أمريكى يظل يعمل حوالى سبع ساعات وعشر دقائق يومياً . وهـذا الـرقم يدل على زيادة كبيرة فى مشاهدة التليفزيون . فقد كان الرقم السابق

أربع ساعات وواحد وخمسون دقيقة فى عام ١٩٥٥ . كما أن عدد أجهزة الراديو التى يمتلكها الأمريكيون زادت فى نفس الفترة من متوسط ثلاثة أجهزة للمنزل الواحد إلى ستة أجهزة تقريباً . كما ازداد أيضاً إصدار المجلات والكتب والصحف الجديدة زيادة كبيرة [٣٢] .

وبينما تزداد نسبة نشاطنا الاتصالى الكلى الذى نخصصه للاهتمام بوسائل الإعلام ، فإن ما تقدمه لنا هذه الوسائل من محتوى يؤثر أكثر على الطريقة التى يتحدث بها الأمريكيون ، وعلى الكلمات التى يستخدمونها ، وعلى المعانى التى ترتبط تقليدياً برموزها . وسوف نشير إلى هذه التأثيرات بعبارة « تأثير وسائل الإعلام فى اللغة والكلام » .

هناك طريقتان تعمل وسائل الإعلام من خلالهما على تغيير النطاق الكامل لنشاطنا الاتصالى . وأولهما التأثير على الطرق التى نتحدث بها ــ النطق مثلاً ، وقواعد النحو والصرف ، وتركيب الجمل . والطريقة الأخرى هى التأثير على اللغة بوجه عام من خلال توسيع كمية الكلمات التى نستخدمها وتعديلها . وعن هذا الطريق ، تعمل وسائل الإعلام كنوع من السوق تتنافس فيه أشكال مختلفة للتأثير فى طرق اتصالنا . هذه التأثيرات تميل إلى تغيير واستقرار الكلام ، واللغة والمعانى .

وقد قامت الكتب بذلك إلى حد معين منذ أن ظهر الكتاب وذلك بالنسبة للغة المكتوبة . كما أن الصحف قامت بنفس الوظيفة بعد أن أصبحت شائعة بين الناس . ومازالت الصحف تفعل ذلك يومياً عندما تقدم لنا نماذج مطبوعة لمفردات اللغة التى نستخدمها ، بطريقة تتفق مع قواعد النحو والصرف ، وتقدم أيضاً أساليب متعددة للتعبير المكتوب تشبه إلى حد كبير تلك المستخدمة فى جميع أنحاء أمريكا . أما التليفزيون ، فإنه يقوم بوظيفة مماثلة وموازية فى الاتصال المنطوق . فالممثلون والممثلات فى المسلسلات اليومية ، وفى قصص الجريمة ، والمخبرون ، أو الممثلون فى برامج الكوميديا المشهورة ينطقون جميعاً الكلمات بنفس الطريقة ، ويستخدمون أيضاً نفس القواعد العامة للنحو والصرف . ونفس الشىء يحدث بالنسبة للذين يقدمون برامج الصباح أو أخبار المساء . فهم يفعلون ذلك بلهجة أمريكية عامة تعتبر طبق الأصل للطريقة التى يتحدث بها الأمريكيون المثقفون والأغنياء نسبياً من ولايات الغرب الأوسط . وليس من الغريب سماع برامج يعرضها أشخاص يستخدمون لهجات محلية أو طريقة للكلام تستخدمها طبقات فقيرة أو أقل ثقافة فى المجتمع الأمريكى . ورغم

ذلك ، فإن وسائل الإعلام والطرق التى يتحدث بها الممثلون أو يكتب بها الصحفيون لم تحل إطلاقاً مكان اللهجات أو النحو والصرف ، أو طريقة تركيب الجمل المستخدمة محلياً فى مختلف أنحاء أمريكا ، وبين الجماعات العرقية المختلفة ، أو بين الأشخاص الذين فى مستوى مادى منخفض . ولكن وسائل الإعلام قد تؤدى فى النهاية إلى تلطيف حدة وخشونة هذه الاختلافات فى اللغة ، واللكنة ، واللهجة ، والحديث .

وبينما تنال وسائل الاتصال الجماهيرية قسطاً أكبر فأكبر من عملية اتصالاتنا كلها ، فإنه من الطبيعى أن نتوقع أن يزداد تأثيرها على مفردات اللغة عندنا ـ وهى الرموز التى نستخدمها فى الحديث ـ وعلى المعانى التى نربط بينها وبين هذه الرموز ، وعلى العادات التى نتفق عليها للربط بين الاثنين (الرموز والمعانى) . وقد أصبح من الواضح أن وسائل الإعلام قد وسعت كثيراً جداً من مفردات اللغة التى نستخدمها . فقد أضيف مئات الكلمات الجديدة ، وما كان من الممكن أن تأخذ طريقها إلى اللغة بدون أن يتم تقديمها ونشرها بسرعة عن طريق وسائل الإعلام . مثلاً : من الذى سمع من قبل عن كلمة « كراك » وهو نوع من أخطر أنواع المخدرات ، قبل أن تستخدم وسائل الإعلام هذه الكلمة ابتداء من عام ١٩٨٥ ؟ . فقبل ١٩٨٥ كانت هذه الكلمة تستخدم كتعبير دارج من مستخدمى المخدرات فى بعض المناطق الحضرية فى المدن للإشارة إلى شكل معين من أشكال الكوكايين . وبالنسبة إلى باقى الأمريكيين ، فقد كانت كلمة « كراك » تثير فيهم المعنى التقليدى الموجود فى القاموس وهو يطقطق أو يشق أو يصدع أو يروى نكتاً Crack . وفجأة ظهرت الكلمة بمعناها الجديد فى نشرات الأخبار فى جميع أنحاء أمريكا . والآن ، فإن الأمريكيين عندما يسمعون كلمة « كراك » يشعرون معاً بمعنى جديد وأكثر شراً . فالجميع يعرفون الآن أنه نوع من الكوكايين المركز والأكثر خطراً ، وأنه متاح للشباب فى أمريكا ، ولهذا انتشر استخدامه بينهم ، مما أدى إلى تهديد جديد لمجتمع يعانى من قبل من مشكلة المخدرات .

ولكن مشكلة المعانى التى تنقلها وسائل الإعلام أنها ليست صحيحة من جهة الواقع . فليس هناك وباء غادر من هذا « الكراك » يجتاح شباب أمريكا . غير أننا نعرف فى هذه الحالة كيف تم خلق هذا التفسير المخيف للواقع وكيف انتشر . وقد تتبع هذه الظاهرة جيمس انكياردى ، وهو واحد من أكبر المسئولين عن المخدرات غير المشروعة ، إلى مقال ظهر فى النيويورك تايمز فى ١٧ نوفمبر ١٩٨٥ . وقد استخدمت الصحيفة كلمة

« كراك » لأول مرة فى هذا التقرير الإخبارى كتعبير لوصف ما قيل أنه يسمى بنوع جديد من الكوكايين له تأثيرات خطيرة جداً وشريرة جداً . ومن هنا انتشر التعبير إلى صحف أخرى . وبعد ذلك بحوالى ستة أشهر ظهر تعبير « كراك » فى حوالى ٤٠٠ صحيفة كانت تكتب عن إساءة استخدام المخدرات . وفى خلال بضعة أشهر أخرى أجرت شبكة تليفزيون « سى . بى . إس » برنامجاً فى أفضل أوقات الذروة التليفزيونية حول خطورة هذا الـ « كراك » . واستمع إلى هذا البرنامج حوالى ١٥ مليون مشاهد . وبعدها قدمت شبكة « ان . بى . سى » برنامجاً مماثلاً . وهكذا ، أصبح تعبير « كراك » شائعاً جداً فى مفردات اللغة الانجليزية فى أمريكا يدل على أنه يحمل هذه المرة معنى جديداً ومخيفاً . وأظهرت استطلاعات الرأى أن قلق الأمريكيين من الـ « كراك » أصبح القضية رقم واحد فى أمريكا فى الفترة التى تلت هذه البرامج مباشرة [٣٣] .

إن وسائل الإعلام لها ، إذن ، تأثيرات هامة على لغتنا وعلى معانينا . وهى تفعل ذلك بطرق عديدة : فهى تنشىء كلمات جديدة لها معان جديدة تتصل بها ، وهى توسع المعانى الموجودة لدينا عن تعبيرات موجودة من قبل ، وهى تستبدل معانى قديمة بأخرى جديدة ، وذلك عن طريق إزاحة المعانى القديمة جانباً . وفوق ذلك كله ، فهى تعمل على استقرار عادات المعانى بالنسبة لمفردات اللغة التى نستخدمها [٣٤] .

ويمكن ، بكل سهولة ، توضيح عملية إنشاء كلمات جديدة بواسطة وسائل الإعلام عن طريق التدفق الدائم لكلمات جديدة ، ومعان تتصل بها تقدمها وسائل الإعلام لجمهورها . ومنذ عشر سنوات فقط ، لم يكن سوى قليل جداً من الأمريكيين يفهمون معنى كلمات مثل « ويمب » wimp أو « كاوتش بوتيتو » couch potato أو « جازرسايز » jazzercise . أما اليوم ، فإن قليلاً من الأمريكيين هم الذين يجدون مشقة فى معرفة أن wimp تشير إلى الشخص المتواضع أو أن couch potato يعنى الكسلان الذى يشاهد التليفزيون كثيراً ، أو أن jazzercise نوع من الرياضة العنيفة تمارس على صوت الموسيقى التى تصاحبها ، ولا يعنى هذا أن العاملين فى وسائل الإعلام يخترعون باستمرار تعبيرات جديدة ويقدمونها عمداً للجمهور . ولكنها تنتشر بسرعة وبكفاءة على مستوى أمريكا كلها لأن وسائل الإعلام لها جمهور كبير جداً .

غير أن عملية توسيع مفردات اللغة تختلف عن عملية إنشاء كلمات جديدة . فهناك كلمات كثيرة لها معان محددة ومستقرة من قبل . ولكن وسائل الإعلام تضيف إليها معانى

جديدة من خلال الصور التى تعرضها . وعلى سبيل المثال ، فإن تعبير « إيكولوجى » ecology كان فى وقت من الأوقات يشير إلى تعبير فنى تستخدمه فئة محدودة من العلماء للإشارة إلى نظام من العلاقات المتوازنة بين الكائنات فى بيئة محلية . غير أن ذيوع استخدامها عن طريق وسائل الإعلام أدى إلى أن يكون لها معنى أكثر عمومية وأقل فنية ، فهو الآن يشير بغموض إلى القلق حول حماية البيئة من التلوث .

ولقد لاحظنا من قبل ــ فى حالة كلمة « كراك » ــ كيف قامت وسائل الإعلام بإحلال معنى جديد للكلمة بدلاً من معناها التقليدى . فقد كانت كلمة بسيطة ومعناها واضح إلى حد ما . وأدى استخدامها الواسع بجنون إلى إحلال معنى جديد للكلمة مكان المعنى القديم . وهكذا خلقت وسائل الإعلام تفسيراً جديداً للكلمة مختلفاً تماماً . هذه العمليات من الإحلال تحدث دائماً . وهناك مثال آخر يتعلق بالتعبير « جيت » Gate . وإذا سألنا اليوم عن معنى كلمة « ووترجيت » Watergate ، فإن معظم الأمريكيين سوف يشيرون إلى الفضيحة السياسية (مع افتراض أن الأمريكى يعرف قدراً معقولاً من التاريخ الحديث) . ولكن فى وقت من الأوقات كانت كلمة « ووترجيت » تشير إلى فندق فاخر ومجمع سكنى على ضفاف نهر الـ « بوتوماك » فى واشنطون العاصمة . ولكن الدعاية الواسعة التى صاحبت الأفعال السيئة التى وقعت فى عصر إدارة نيكسون حولت هذا المعنى ليشير إلى أحداث فاضحة . ويمكن الآن استخدام كلمة « جيت » gate وربطها بأى اسم آخر لتدل على فضيحة من نوع ما . وعلى سبيل المثال ، فقد سمعنا عن « إيران جيت » Irangate إشارة إلى عملية تبادل السلاح مقابل الإفراج عن الرهائن .

وأخيراً نصل إلى عملية استقرار المعانى ، وهى إحدى وظائف وسائل الإعلام . ومعناها تدعيم الاستخدام الحالى للكلمات والمعانى . وبالرغم من التغييرات التى لاحظناها من قبل ، فإن معظم المعانى فى لغتنا (أمريكا) تظل ثابتة نسبياً . وبالإضافة إلى ذلك كما لاحظنا من قبل ، فإن الفروق المحلية والطبقية لا تعمل وسائل الإعلام على استمرارها . بل وعلى العكس ، فإن وسائل الإعلام فى شكلها المكتوب والمنطوق تذكرنا يومياً بالمعانى الموحدة والمشتركة لكلماتنا . وعندما يقرأ الناس صحفهم ، أو يستمعون إلى الراديو ، أو يشاهدون الأفلام السينمائية ، أو يشاهدون التليفزيون ، فإنهم يتلقون دروساً يومية فى اللغة كما اعتدناها فى مجتمعنا .

وبوجه عام ، فإن دور وسائل الإعلام فى نظام من المعانى المشتركة يعد أمراً معقداً وعميقاً أيضاً . وبهذا المعنى ، فإن وظيفة وسائل الإعلام فى تعديل سلوك جمهورها لها مدى طويل ، كما أنها دقيقة وخفية ومتراكمة . وبالإضافة إلى ذلك ، فإن وسائل الإعلام متشابكة ومتداخلة مع جميع الأشكال الأخرى للاتصال فى مجتمعنا إلى درجة أن تأثيراتها لا يمكنْ عزلها عن بعضها وفحصها .

إن نظرتنا إلى « نموذج المعنى » فى هذا الفصل أظهرت لنا جذوره القديمة . فمنذ الأيام الأولى لتسجيل التفكير الاجتماعى للإنسان ، وربما قبل ذلك أيضاً ، كان الناس مهتمين جداً بموضوع المعرفة ، أى المعانى التى نقوم بتركيبها ذاتياً بالنسبة للعالم الخارجى . وقد تولد قلق عميق حول هذا الموضوع لأنه مصدر قرارات الفرد حول ما سوف يتخذه من سلوك . وبمعنى آخر ، فإن تصرفات الناس تشكلها المعانى التى يحملونها عن العالم المادى والاجتماعى ، وقد رأى الفلاسفة ورجال الدين الأوائل أن هذا الموضوع (المعرفة) يحتاج إلى فهم قواعد محاصرة السلوك الإنسانى — أى التوصل إلى النظام الاجتماعى المثالى الذى سيؤدى إلى العدالة وانتصار الخير على الشر . ورغم أن طرقاً عديدة قد اتبعها الباحثون ، وتم التوصل إلى نتائج عديدة فى محاولة فهم طبيعة المعرفة وكيف نحصل عليها ، فإن الاتفاق الإجماعى حول مبادىء معينة لم يتحقق إلا ببطء . كما أن التوغل فى فهم المعرفة وعلاقتها بالسلوك قد تراكمت أبحاثه خلال قرون عديدة . وعندما انفصلت العلوم الاجتماعية المتخصصة عن علم الفلسفة ، فإنها قد استمرت فى البحث عن فهم ، ودراسة عملية تركيب المعنى فى اللغة والثقافة والتبادل الرمزى ، وكذلك فى خطة الذاكرة memory schemata . واليوم ، يضاف إلى هذه الجهود دراسة وسائل الاتصال الجماهيرية للبحث عن الطرق التى توفر بها الحقيقة الإعلامية أساساً لعملية بناء المعانى .

الهوامش

1. W. Barnett Pearce and Vernon E. Cronen, *Communication, Action, and Meaning: The Creation of Social Realities* (New York: Praeger, 1980), pp. 13–14.

2. Thomas Hobbes, *Leviathan* (New York: E. P. Dutton and Company, 1950), pp. 21–22. First published in 1651.
3. A. E. Taylor, *Socrates* (New York: Anchor Books, 1960).
4. J. A. Stewart, *The Philosophy of Plato* (New York: Oxford University Press, 1909).
5. Among these were *pragmatism*, which holds that both the meaning and truth of an idea are a function of its practical outcome; and *operationism*, which specifies that the meaning of a concept consists of the steps that one must take to observe or measure it.
6. Stewart, *The Philosophy of Plato*, p. 1.
7. *The Republic of Plato*, trans. Frances MacDonald Cornfield (New York: Oxford University Press, 1958). See pp. 227–35.
8. Hobbes, *Leviathan*, p. 23.
9. John Locke, *An Essay Concerning Human Understanding* (Oxford: Clarendon Press, 1975), p. 402. First published in 1690.
10. An outstanding summary of the issues and concepts addressed by modern linguistics can be found in Stephen W. Littlejohn, "Theories of Language and Nonverbal Coding," in *Theories of Human Communication* (Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1983) pp 77–86.
11. The most important founders of anthropological linguistics were: Edward Sapir, *An Introduction to the Study of Speech* (New York: Harcourt Brace, 1921); and Benjamin Whorf, *Language, Thought, and Reality* (New York: John Wiley and Sons, 1956).
12. Pioneers in these efforts were: Charles Horton Cooley, *Human Nature and the Social Order* (New York: Schocken Books, 1964) first published in 1908; and George Herbert Mead, *Mind, Self, and Society* (Chicago: University of Chicago Press, 1934).
13. Edward Sapir, "The Status of Linguistics as a Science," *Language* 5 (1929), 209.
14. Charles Horton Cooley, *Human Nature and the Social Order* (New York: Charles Scribner's Sons, 1902), pp. 118–19.
15. Ibid. p. 184.
16. George Herbert Mead, *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist*, ed. Charles W. Morris (Chicago: University of Chicago Press, 1934).
17. Max Scheler, *Die Wissenssoziologie und die Gesellschaft* (Bern: Franke, 1960). First published in 1925.
18. Peter L. Berger and Thomas Luckman, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Doubleday, 1963). For essays that combine the perspectives of the sociology of knowledge and symbolic interaction, see Aaron V. Cicourel, *Cognitive Sociology: Language and Meaning in Social Interaction* (New York: The Free Press, 1974).
19. E. Tory Higgins, C. Peter Herman, and Mark P. Zanne, eds., *Social Cognition: The Ontario Symposium* (Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1981).
20. Ibid. p. ix.
21. Frederick C. Bartlett, *Remembering* (Cambridge: Cambridge University Press, 1934).

22. Shelley E. Taylor and Jennifer Crocker, "Schematic Basis of Social Information Processing," in Higgins, Herman, and Zahne, *Social Cognition*, p. 91.
23. Walter Lippmann, *Public Opinion* (New York: Macmillan, 1922).
24. Kurt Lang and Gladys Engel Lang, "The Unique Perspective of Television and Its Effect: A Pilot Study," *American Sociological Review* XVII, pp. 3–12.
25. See *To Establish Justice, to Insure Domestic Tranquility*, Final Report of the National Commission on the Causes and Prevention of Violence (New York: Award Books, 1969).
26. Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior, *Television and Growing Up: The Impact of Televised Violence* (Washington, D.C.: U. S. Government Printing Office, 1971).
27. George Gerbner, "Violence in Television Drama: Trends and Symbolic Functions," in G. A. Comstock and E. A. Rubinstein, eds., *Television and Social Behavior, Vol. I, Media Content and Control* (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1971).
28. George Gerbner and Larry Gross, "Living with Television: The Violence Profile," *Journal of Communication* 26 (Spring 1976), 173–99.
29. Anthony N. Doob and Alen E. MacDonald, "Television Viewing and Fear of Victimization: Is the Relationship Causal?" *Journal of Personality and Social Psychology* 37, no. 2 (1979), 170–179.
30. Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, "The Agenda-Setting Function of the Mass Media," *Public Opinion Quarterly* 1972, pp. 176–87.
31. Donald L. Shaw and Maxwell E. McCombs, *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press* (St. Paul, Minn.: West Publishing Company, 1977).
32. Melvin L. DeFleur and Everette E. Dennis, *Understanding Mass Communication* (Boston: Houghton Mifflin, 1988). See especially Chapters 1 and 2, pp. 4–86.
33. James A. Inciardi, "Beyond Cocaine: Basuco, Crack, and Other Coca Products," paper presented at the 1987 Annual Meeting of the Academy of Criminal Justice Sciences, St. Louis, Missouri.
34. These functions of the media were first developed in Melvin L. DeFleur and Timothy G. Plax, "Human Communication as a Bio-Social Process," paper presented to the International Communication Association, Acapulco, Mexico, 1980.

الفصل ١٠

استراتيجيات نظرية للإقناع

استعرضنا فى الفصلين ٨ و٩ عدداً من نظريات وسائل الاتصالات الجماهيرية التى استخلصت إما من النماذج المثالية الأساسية فى العلوم الاجتماعية ، أو من تحليلات أقدم لموضوعات كانت تثير اهتمام الفلاسفة منذ وقت بعيد ، وكان من الممكن لهذه النظريات أن تفسر كيف يهتم الناس بمحتويات وسائل الإعلام بشكل انتقائى لفهم معانيها ، واكتساب المعرفة من المحتويات التى يتعرضون لها ، واستخدام هذه المعرفة للاستجابة إلى بيئتهم الاجتماعية والطبيعية ، ولم يثر أحد قط مسألة الاستخدام المتعمد لمحتويات وسائل الإعلام من أجل تشكيل هذه الاستجابات أو السيطرة عليها . وهذه المسألة ، هى ما ينصب عليها هذا الفصل على وجه التحديد .

وسوف نبين كيف أن نفس الصياغات التى استخدمت كأسس لفهم مسألة الاكتساب التلقائى والطويل المدى لتأثيرات وسائل الاتصالات الجماهيرية على السلوك ، بحيث يمكن لهذه الصياغات أن تصبح أساساً لوضع تفسيرات عن كيفية تحقيق التأثيرات المتعمدة ، أى أننا سوف نستعرض استراتيجيات بديلة لتخطيط رسائل يجرى توصيلها بوسائل جماهيرية ، أو محتويات وسائل الإعلام بالاشتراك مع أنواع أخرى من المعلومات لأغراض الإقناع .

ولفكرة الإقناع الأساسية جذور قديمة ، فقبل عصر وسائل الاتصالات الجماهيرية بوقت طويل كان مصطلح « علم البيان أو الفصاحة » يستخدم للإشارة إلى فن استخدام اللغة للتأثير على أحكام الآخرين وسلوكهم ، ومن خلال الزمن الذى كان الصوت البشرى فيه هو الوسيلة الوحيدة للاتصال والتى يمكن استخدامها لإقناع الناس بتغيير المعتقدات والأعمال ، كانت تلك مهارة هامة بالفعل . وبينما أخذت المجتمعات تزداد تطوراً ، ازدهر فن الإقناع الشفهى بالكلام الفصيح . ففى اليونان ، وروما بعد ذلك ، مثلاً ، كان هذا الفن يمثل مهارة ثمينة للفوز فى محاكم القانون ، وفى تقديم مقترحات فى المنتديات السياسية .

ومازال هذا النوع من الإقناع مهماً اليوم . وكثيراً ما يدرس الباحثون المعاصرون مبادىء الإقناع خارج سياق وسائل الاتصالات الجماهيرية [١] . غير أننا سوف نركز تحليلنا على الاستخدام المتعمد مسبقاً لرسائل وسائل الإعلام للتأثير على أعمال الأفراد ، ومن ثم ، فإن الإقناع فى السياق الحالى يشير بصورة أساسية إلى استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية لتقديم رسائل مخططة عمداً لاستنباط أشكال معينة من العمل من جانب جماهير المستمعين أو المشاهدين أو القراء . ومن نماذج هذه الأعمال : التصويت لمرشح سياسى ، أو شراء منتجات استهلاكية ، أو التبرع لقضية جديرة بالاهتمام ، أو غير ذلك مما يستجيب لطلبات عمل يريد رجل الإعلام أن ينتزعها . ومن الواضح أن هناك أشكالاً متعددة من السلوك يمكن التأثير عليها برسائل مقنعة ، ولكننا سوف نشير هنا إلى سلوك علنى يمكن ملاحظته ، بدلاً من تغييرات نفسية داخلية .

وقد يجد بعض أصحاب النظريات التى تتعلق بوسائل الاتصال أن هذا التأكيد على السلوك العلنى بأنه الشىء التابع القابل للتغير والصارم بشكل سافر ، ومع ذلك ، فإن هناك وسائل أخرى لتعريف الإقناع . فبعض التعريفات على سبيل المثال ، تؤكد على التغييرات فى المعتقدات ، والآراء الذاتية للفرد أو مواقفه ، باعتبارها معياراً كافياً للدلالة على نجاح الإقناع [٢] . وتقوم مثل هذه التعريفات عادة على أساس الافتراض بأنه إذا تغيرت العوامل الذاتية التى من هذا النوع ، فإن تعديلات فى العمل سوف تتبع ذلك بكل تأكيد ، ومن أجل بعض الأغراض ، فإن الإقناع القائم على مفاهيم أو أفكار بهذه الطريقة قد يكون مهماً . ومع ذلك ، فإننا فى هذا الفصل سوف نعتبر التعديل الواقعى للسلوك هو الهدف الذى ينبغى تحقيقه ، باعتباره الشىء التابع القابل للتغيير فى

الصياغات النظرية التى تستهدف تفسيره ، وباعتباره المعيار لتقرير ما إذا كانت العملية قد نجحت أم لا .

وهناك سببان للإقناع القائم على المفاهيم بهذه الطريقة العملية نسبياً : أحدهما أنها تدخل المقارنة فى عملية وضع النظريات وتقييمها . أى أنه لابد ، لتكون تفسيرات متنافسة عن الشىء نفسه ، من تحديد مجموعات بديلة من متغيرات مستقلة ، ووصفها ، وتوليفها فى نظم من الافتراضات التى تربطها ببعض المتغيرات التابعة . والواضح أن كلاً منها يمكن أن تكون له مجموعات مختلفة جداً من المتغيرات المستقلة التى ترتكز على نفس المتغير التابع ، وإلا فإنها ستكون المعادل النظرى لمحاولة المقارنة بين التفاح والبرتقال .

وهناك سبب ثان للتأكيد على السلوك العلنى باعتباره المعيار الناجح للإقناع ، وهو أن العمل هو العامل المهم فى دنيا الإعلان العملى ، والحملات السياسية ، والإغراء المالى ، ونداءات الاستعطاف الخاصة بالصحة العامة ، وما إلى ذلك . وقد يكون تغيير أفكار الناس ومشاعرهم شيئاً لطيفاً ، مع تركها تمضى عند ذلك ، ولكن مثل هذه النتائج تقل أهميتها إذا قورنت بالسلوك العلنى ، فى محاولة التنشيط ، والشراء ، والاقتراع ، والتبرع ، أو الاستجابة بوسائل أخرى . ومن ثم ، فإن السؤال هو : هل يتسنى لأى من التحليلات النظرية التى تم وضعها فى الفصول السابقة أن تستخدم باعتبارها استراتيجيات أساسية فى تخطيط حملات إقناع ناجحة ، حيث يكون الهدف هو تشجيع نوع معين من السلوك ؟

ونحن نعترف عند هذه النقطة بأننا لا نعرف بالضبط لماذا تنجح أغلب الجهود الإعلانية والحملات الانتخابية أو أنواع أخرى من أعمال الترويج ، أو تفشل ، بل إنها قد تفعل ذلك أحياناً بصورة رائعة . ثم إنها قد لا تفعل ذلك مرة أخرى أحياناً ، وتؤدى إلى حالات فشل ذريع . والتنبؤ عن متى تكون استراتيجية للإقناع ناجحة مرة وفاشلة مرة أخرى ، هو عمل مفعم بالمخاطرة فى أفضل الأحوال . وفهم كيفية إمكان تحقيق الإقناع بصورة مستمرة عملية تأتى ببطء . ونحن نعرف اليوم أكثر قليلاً مما كنا نعرف منذ عشرين عاماً . وقد لخص كارلينز وآبلسون الموقف كما كان منذ عقدين كما يلى :

> كان الإقناع كفن يمارس منذ قرون ، وعلم الإقناع الذى انبثق هو نتاج القرن العشرين ولايزال فى مهده . . ومن ثم ، فإن القول ــ على أساس المعلومات الحالية ــ بأن الوقت

> لايزال سابقاً لأوانه للحكم عليه يبدو أنه أنسب إجابة على السؤال القائل : « هل خلق العلم إغراءات مقنعة تستطيع السيطرة على السلوك الإنسانى ؟ » وحتى إذا كان الأمر كذلك ، فمن المعقول أن نفترض أنه فى الوقت الذى تتطور فيه أساليب الإقناع من الفن إلى العلم فإنها سوف تزداد فاعليتهـا فى السيطرة على السلوك . أمـا عن مدى هذه الفاعلية ، فمازال يتعين علينا أن نتأمل (٣) .

ومازال الموقف اليوم كما كان إلى حد كبير ، فمازال من السابق لأوانه التأكد ما إذا كان ممكناً ابتداع نظريات ، وتأييدها ببحوث علمية إلى حد يتسنى معه تفسير عملية الإقناع بشكل كافٍ ، فما بالك باستخدامها كما نشاء لكى نؤثر فى الناس . ويواصل العلماء المعاصرون التأكيد على نقص التقدم النظرى فى فهم الإقناع ، وقد أصاب اليأس بعضهم . ويقول كارلينز وآبلسون :

> رغم العدد الهائل من الصفحات التى كتبت ، والدراسات التى لا تحصى التى أجريت حول الإقناع ، فإن كثيرين من الدارسين لوسائل الاتصال يجدون أنه من المستحيل هز الشعور بعدم الارتياح لأن ما لدينا من معرفة قيمة يوثق بها ذات صلة اجتماعية فى هذا الصدد قليل . والأسف والحسرة التى تتعلق بجهلنا الجماعى عن الإقناع أمر شائع . وهناك أكثر من باحث فى وسائل الاتصال سمعناه وهو يصف بحوث الإقناع بأنها طريق مسدود أمام الدارسين (٤) .

وحتى فى وجه هذا التقييم المثير للهلع ، فإنه من المهم أن نواصل محاولة فهم هذا النشاط المعقد ، والمثير للإحباط فى كثير من الأحوال . وهناك وسيلة للمضى قدماً ، هى وضع صياغات لم تتم دراستها نسبياً لتفسير الإقناع ، وسوف تصبح مثل هذه « المرشحات » مركز نشاط لبحوث سوف تؤدى فى النهاية لمعرفة أيها سوف ينجح ، وإلى أى حد ، وتحت أية ظروف ، ومع أية أنواع من الأشخاص ، وما إلى ذلك .

ومن ثم ، فإننا فى الأقسام التالية ، سوف نصف ثلاث استراتيجيات نظرية مختلفة للإقنـاع ، كل منها موجه نحو نفس العامل التابع ــ وهو العمل العلنى . ولابد من التسليم بأن هذه الاسـتراتيجيات فى حد ذاتهـا ليست نظريات مفصلة بعناية فعلاً ، أو معلنـة فى فروض مسلم بها أو قضـايا رسمية ، فهى فى أفضل الأحوال خطوط توجيهية

تشير إلى أنواع العوامل والمتغيرات التى ينبغى أن توضع فى تفسيرات أكثر تفصيلاً للإقناع . وعلى أية حال ، فإننا سوف نحاول أن نظهر كيف أن هذه الاستراتيجيات الثلاث تتصل بالنماذج المثالية الأساسية ، والاستنتاجات الفلسفية ، ونظريات وسائل الاتصال الجماهيرية التى بنيت فى الفصول السابقة . وسوف نوجز بصفة خاصة استراتيجيات الإقناع التى استمدت من النموذج الإدراكى ، وقد نوقشت كلها فيما سبق ببعض التفصيل .

الاستراتيجية الديناميكية - النفسية

إن الافتراضات الأساسية لعلم النفس قد أدمجت داخل تعبير « المؤثر والاستجابة عند الفرد » أو نظرية S-O-R التى عرضناها فى الفصل ٨ . ويشير هذا التعبير إلى نتيجة عامة لأحداث نفسية ، يفترض أنها تشترك فى تحديد الاتجاهات فى السلوك . أولاً : أن المؤثرات تستقبل وتكتشف بواسطة الأحاسيس من المحيط الخارجى . ثانياً : أن خصائص الكائنات العضوية تشكل نوع الاستجابة التى ستحدث ، وأخيراً سوف يتبع ذلك بعض أشكال السلوك . وحيث أننا لسنا مهتمين بالكائنات العضوية بصفة عامة ، بل نهتم بالمخلوقات البشرية وحدها ، فإن فى إمكاننا أن نمضى قدماً بافتراض أن العوامل الطارئة تشمل : (١) مجموعة من خصائص بيولوجية بشرية ، أو عمليات موروثة (٢) مجموعة أخرى من عوامل قد تكون قائمة أساساً على البيولوجيا جزئياً ، والتعليم جزئياً ، مثل الحالات والظروف الانفعالية (٣) مجموعة من عوامل مكتسبة أو جرى تعلمها لتنظيم التركيب الإدراكى للفرد . ومن ثم ، فإن المخلوقات البشرية وهى العامل الطارىء O أو الفرد فى التعبير ، هى تركيب معقد من مكونات بيولوجية ، وعاطفية ، وإدراكية من الشخصية التى تعطى اتجاهاً إلى الاستجابة R أو التصرف .

ومن بين هذه الأنواع الثلاثة ، لابد أن تركز استراتيجيات الإقناع إما على عوامل عاطفية أو على عوامل إدراكية ، إذ من الواضح أن من المستحيل تعديل عامل بيولوجى موروث (الطول ، الوزن ، العنصر ، الجنس . . . إلخ) برسائل تنقل إلى الجماهير .

ومن الممكن استخدام رسائل الاتصال الجماهيرى لإثارة حالة انفعالية ، كالغضب ، والخوف ، والتى يمكن أن تكون مهمة عندئذ فى تشكيل الاستجابة . وتحاول استراتيجيات الإقناع بالفعل ربط الإثارة الانفعالية بأشكال معينة من السلوك .

وفى حين أن العواطف تمثل أساساً واضحاً لاستراتيجيات الإقناع ، فإنه لن يتسن استخدامها إلا فى عدد محدود من المواقف . وهناك مشروع لعبة أكثر شيوعاً إلى حد بعيد فى تخطيط حملات إقناع هى محاولة للتأثير فى عوامل إدراكية ، والافتراض وراء ذلك منطقى إلى حد كاف ، حيث إنه لما كانت العوامل الإدراكية مكتسبة فى عملية التطبيع الاجتماعى ، فهى أهداف أولى لحملات تحاول الترويج لتعليم جديد ، بحيث يتم تعديلها بوسائل يرغب فيها رجل الإعلام .

والافتراض الثانى هو أن العوامل الإدراكية هى مؤثرات على السلوك الإنسانى . ومن ثم ، فإنه إذا كان من الممكن تغيير العوامل الإدراكية ، فسوف يتسنى عندئذ تغيير السلوك بكل تأكيد . ويعرض هذا الافتراض الاحتمال المخيب للأمل ، وهو أن المعلومات التى يتم تخطيطها بمهارة وتقدمها وسائل الاتصال الجماهيرية يمكن استخدامها بفعالية لكسب السيطرة على السلوك البشرى ، وكانت هذه السيطرة الممكنة تثير خوف نقاد وسائل الإعلام منذ وقت بعيد ، كما كانت هدفاً ملحاً لأولئك الذين يريدون استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية لهذا الغرض ، فهى أشبه بالتصور القديم عن حجر الفيلسوف الذى يمكن أن يحول المعادن الرخيصة إلى ذهب . فإذا أمكن كشف سر السيطرة على الناس بواسطة رسائل بارعة ، فسوف تكون السلطة والثروة والمكانة فى متناول اليد . وقد كان هذا التصوّر دافعاً طوال عدة عقود للبحث عن محتويات وتركيبات الرسالة السحرية التى سوف تنجز هذه المهمة بشكل موثوق به . ومع ذلك ، تبقى أسئلة أخرى ملحة . . هى : هل تتم السيطرة على السلوك أساساً بعوامل إدراكية ؟ إن كثيرين من دارسى السلوك البشرى يعتقدون أن الأمر كذلك .

العوامل الإدراكية والسلوك

إن الاعتقاد بأن الفعل الإنسانى يتخذ اتجاهاً معيناً بواسطة عمليات داخلية ذاتية داخل الفرد هو اعتقاد راسخ إلى حد كبير ، حتى أن الفكرة تبدو أمراً مسلماً به فعلاً . ولن

يحتاج المرء إلى النظر إلى أبعد من ذلك ـ كما هو مفترض على نطاق واسع ـ لكى يفهم القوة الدافعة للسلوك . فمن بين العمليات الداخلية التى يقال إنها العوامل المحددة للسلوك ، توجد مجموعة خصبة من المفاهيم : الاحتياجات ، والدوافع ، والمعتقدات ، والمصالح ، وأسباب القلق ، والمخاوف ، والقيم ، والآراء ، والمواقف . وقد يمكن إضافة عشرات أخرى من المفاهيم التى تتوقف على ما يفضله المرء من كُتّاب نفسانيين معينين . ومع ذلك ، فإنه مهما كانت نظريات تاريخ تسلسل الأنساب . فإن بعض هذه العمليات أو القوى يقال إنها موروثة ، مثل الاحتياجات الأساسية ، أو أنها نتيجة تعلم ، مثل التصرفات أو حالات القلق ، ويبدو أن القوى المكتسبة بالتعلم هى التى تحظى بأكبر قدر من الاهتمام .

وثمة مثل جيد لحالة نفسية داخلية مكتسبة يقال إنها تؤثر فى السلوك ، هى التنافر أو الاختلاف الإدراكى ، ووفقاً لما يقوله ليون فيستنجر ، الذى طرح هذه الفكرة فى ١٩٥٧ ، فإن الحاجة إلى اختبار عالم ثابت ، هى عامل قوى دافع يشكل سلوكنا (*) . وإذا لاحظنا تقلبات فى معتقداتنا أو تصرفاتنا أو سلوكنا ، فسوف يصيبنا إحساس قوى بالقلق (الاختلاف الإدراكى) ويعمل هذا كدافع لتغيير ما نفعله حتى نستعيد الثبات . فإذا طلب منا أحد الأصدقاء ، مثلاً ، المساعدة فى الغش فى امتحان ما ، وإذا اعتقدنا أن مثل هذا الغش خطأ ، فإننا سوف نوضع فى حالة اختلاف إدراكى ، ولكى نقلل هذا القلق علينا أن نعمل شيئاً ما .

وستكون هناك ثلاثة اختيارات فى هذه الحالة : إما أن نرفض طلب صديقنا ، أو نقنعه بالتخلى عن خطة الغش ، أو نعدل التزامنا لاعتقادنا بأن الغش خطأ ، والواقع أن أياً من هذه التغييرات سوف يقلل الاختلاف الإدراكى ، وسوف يتوقف التغيير الذى نختاره فعلاً على مدى تقديرنا للصداقة ، أو مدى قوة شعورنا حيال الغش . وعلى أية حال ، فإن الاختلاف ـ وهو حالة نفسية داخلية ـ يعمل كدافع ، يدفعنا لكى نغير شيئاً ما : إما سلوكنا ، أو عقيدتنا .

وتعتبر البواعث والدوافع مفاهيم مهمة فى فهم الإقناع ، فقد كان تعبيرا « الحاجة » و« الدافع » منذ وقت بعيد ، أشياء محببة نفسانياً فى تفسير التأثيرات على السلوك ، وهما فى حاجة إلى تفسير موجز ، فالحاجة أساساً هى حالة حرمان ، « فالكائن الحى » يحرم من بعض المواد الضرورية ، كالطعام أو الماء اللازمين للعمل بشكل كاف ، أو قد يكون

نشاطاً ، كالجنس أو الرياضة التى يفترض أن يتطلبها الجسم لمواصلة أنشطته العادية . وحالة الحرمان تسبب إثارة للطاقة للحصول على ما يشبع الحاجة . إن حالة الإثارة هى الحافز ، وبعض الاحتياجات هى نتاج لطبيعتنا البيولوجية ، والبعض الآخر نتاج للتعلم فى محيط اجتماعى . وقد ناقش علماء النفس قائمة طويلة من احتياجاتنا المكتسبة ، وهى تشمل الاحتياجات للإنجاز ، والانتساب لأسرة أو جماعة ، وأن يكون الإنسان تابعاً ، أو ممارسة السلطة ، والتوافق ، والحصول على القبول الاجتماعى ، وكفالة الرعاية ، والمشاركة فى اللعب ، أو أن يكون المرء منتظماً ، أو جشعاً ، أو مطيعاً ، وهى مجرد أمثلة قليلة ، وكل هذه الاحتياجات مرشحة لاستراتيجيات الإقناع على افتراض أنه من الممكن تعديلها .

وبينما تعتبر المفاهيم المشار إليها آنفاً مهمة ، فإن العامل النفسانى الداخلى الذى تجرى مناقشته فى أغلب الأحيان ، فيما يتعلق بتشكيل السلوك المعقد من خلال الإقناع ، هو الموقف أو وجهة النظر التى يتبناها الفرد . ولما كانت الفكرة قد طرحت أولاً فى باكورة القرن ، ولاسيما بعد أن أخذت المقاييس المتطورة للمواقف تستخدم ، فقد كان هناك اقتناع عميق الرسوخ ، بأن هناك أنواعاً عديدة من السلوك ترتبط مباشرة بمواقف الفرد . وكان المفترض أنه إذا عرف المرء موقف شخص ما تجاه موضوع معين ، أو فئة من الناس ، أو مسألة ما ، فإنه من الممكن التنبؤ بالسلوك العلنى لهذا الفرد حيال هذا الموقف ، وقد لاحظنا فى الفصول السابقة أن هذا الافتراض لا تؤيده المجموعة الرئيسية من الكتب التى سبرت غور هذه المسألة . ومع ذلك ، فإن الافتراضات تتخذ لنفسها حياة خاصة بها . وقد تجاهل كثيرون من الكتاب الذين ناقشوا موضوع الإقناع هذا البحث ، واستمروا يقدمون الافتراض بأن المواقف أو وجهات النظر والسلوك مرتبطان بعلاقة وثيقة .

ومن ثم ، فإن الرأى الديناميكى النفسى للسلوك بوجه عام يؤكد التأثير القوى على الطريقة التى تتخذها العوامل والظروف والحالات . وتؤكد القوى الداخلية للفرد التى تشكل السلوك ، والنهج الإدراكى باعتبارها استراتيجية للإقناع ، أن التركيب الداخلى للنفس البشرية هو نتاج التعلم . وهذا التأكيد هو الذى يجعل من الممكن استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية لتعديل هذا التركيب بحيث يغير السلوك .

تعديل العوامل الإدراكية للتأثير على السلوك

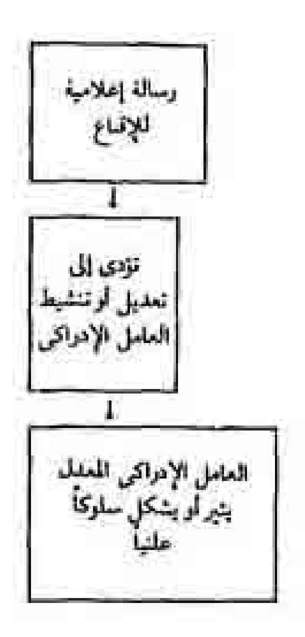
إن جوهر الاستراتيجية الديناميكية النفسية هو أن رسالة فعالة لها خواص قادرة على تغيير الوظائف النفسية للأفراد بحيث إنهم سوف يستجيبون بشكل علنى (نحو الشىء الذى هو هدف الإقناع) مع أساليب من السلوك (وهذه الرسالة مرغوبة أو مقترحة بواسطة رجل الإعلام) . وبعبارة أخرى ، فقد افترض أن مفتاح الإقناع الفعال يكمن فى تعلم جديد ، على أساس معلومات يقدمها الشخص الذى يحاول الإقناع ، ويفترض أن يغير ذلك من التركيب النفسى الداخلى للفرد ، (الاحتياجات ، المخاوف ، التصرفات . . . إلخ) مما يؤدى إلى السلوك العلنى المرغوب .

وكانت هناك أشكال ومتغيرات عديدة لهذا النهج العام للإقناع ، تقوم على أساس العامل النفسى المعين الذى أحدث التأثير ، وعلى العلاقة الديناميكية المفترضة التى يعتقد أنها تسود بين العملية النفسية وأنماط السلوك العلنى التى يفترض أنه ينشطها . وقد لاحظنا فيما سبق أن استخداماً واسعاً قد حدث لوسائل إقناع تستهدف تصرفات الفرد بمقتضى افتراض بأن هناك علاقة وثيقة بين وضع الفرد السلوكى ــ إيجاباً أو سلباً ــ والطريقة التى سوف يتصرف بها مثل هذا الشخص فى موقف اجتماعى ــ بالقبول أو الرفض . والمثل المألوف هو حملة اتصال جماهيرى تهدف إلى تقليل التمييز العرقى أو العنصرى (الواضح فى سلوك علنى) بمحاولة تقليل التحامل العنصرى (وهو موقف سلبى مفاده أن يؤدى إلى التفرقة) .

والخوف عامل استخدم على نطاق واسع فى الإعلان وفى جهود إقناعية أخرى . ومن الأمثلة التى تشاهد كثيراً ، الترويج لشراء دواء مسجل (عمل علنى) بادعاء وجود خطر يهدد الصحة إذا لم تستخدم هذه المادة . كما أنه من الأمور الشائعة أن استخدام منتج ما لتقليل الخوف مكروه اجتماعياً .

وقد قدمت قائمة تكاد تكون بلا نهاية ، عن العوامل النفسية على أنها أسس لاستراتيجيات الإقناع ، على افتراض أنه إذا تم تعديلها ، فإن بعض الأعمال المرغوب فيها يحتمل أن تتلوها . وبعبارات توضيحية بسيطة يمكن إعداد رسم بيانى لاستراتيجية الإقناع الديناميكية النفسية كما فى الشكل ١٠ – ١ .

ومن المشكلات المزعجة بشأن هذه الاستراتيجية أنه لا يبدو فعلاً أنها تعمل بشكل



الشكل ١٠ - ١ استراتيجية الإقناع الديناميكية النفسية .

ثابت ، ولا يدرى أحد لماذا ، وإن كانت تبدو منطقية للغاية . ويفترض الإدراك السليم أن هذه هى الطريقة التى ينبغى أن تستخدمها وسائل الإعلام لتحقيق الإقناع ، رغم نقص الأدلة المؤيدة لها . وعلى سبيل المثال ، فإن جون فيليب جونز ــ الذى قضى خمسة وعشرين عاماً كمدير للإعلان ، قبل أن يصبح أحد الباحثين فى وسائل الاتصال ــ عقب على هذه النقطة بقوله :

> التعلم والمواقف ، والسلوك جميعاً ، تتأثر بطريقة ما بالإعلان . ولكن من أجل أن نفهم كيف يعمل الإعلان ، فإننا نحتاج إلى معرفة ترتيب الأحداث . فقد كانت أقدم النظريات تقوم على أساس سلسلة بسيطة من حوادث وصفها تشارلز ريموند بأنها « تعلَّم - اشعر - اعمل » وفى هذه النظرية يتلقى الناس معرفة واقعية عن علامة تجارية لصنف ما . ونتيجة لذلك ، تتغير مواقفهم تجاه هذا الصنف ، ويظهرون تفضيلهم له ، ثم يشترونه [٦] .

ويمضى جونز فى توضيحه قائلاً « كانت هناك محاولات محدودة فقط لإقرار صحة هذه النظرية ، وكانت النتائج غير كافية لأن تكون حاسمة »[٧] . وبينما أخذ المعلنون يعاينون نظريات أخرى مبشرة ، فإن نهج « تعلم - اشعر - اعمل » سوف يبقى على المسرح الرئيسى .

وقد استعرض ايفيريت روجرز ، وج . دوجلاس ستورى ، استراتيجيات الإقناع لحمـلات المعلومـات التى تهدف إلى تحقيق تغير فى بعض الأشكـال ذات المغـزى الاجتماعى للسلوك المؤيد للمجتمـع ، وتشمـل مجمـوعـة واسعة من الأفعال الفردية والجماعية ، تمتد من تنظيم النسل إلى تبنى تكنولوجيا زراعية أكثر كفاءة . وكما فى حالة الإعـلانات ، فقد حققت بعض الحملات أهدافها ، ولم يحققها البعض ، ولا يعرف أحد السبب بالضبط ، ويعبر هذان المؤلفان عن ذلك بقولهم :

> إن نظرة عامة على مطبوعات الحملات تكشف عن مجموعة كبيرة من البحوث التى ترتبط بصورة غامضة ببعض مبادىء عامة قليلة ، ولكن مع قليل من التعميمات أو الفروض التى تجمع بينها [٨] .

إن الحجة الواهية التى تتمسك بها صيغة « غير التصرفات ـ لتغير السلوك » قد لوحظت حديثاً بواسطة جيرالد ميللر الذى استعرض البحوث التى تراكمت عبر عقود عديدة حول الإقنـاع ـ سواء فى وسـائل الاتصال الجماهيرية أوسياقات أخرى . كما أنه يلاحظ أيضاً الإنجازات النظرية المحدودة للدارسين فى هذا المجال ، والتزامهم المستمر حيال المواقف ووجهات النظر باعتباره عاملاً رئيسياً . وقد انتهى إلى أنه رغم الشعبية الدائمة للاستراتيجية الإدراكية ، فإن الأدلة لا تؤيدها باعتبارها نهجاً موثوقاً به لتحقيق تغيير سلوكى عن طريق الإقناع ، خصوصاً مع اعتبار أن الموقف هو المتغير الرئيسى . ويقول ميللر :

> هنـاك عدة اعتبـارات واضحـة تفسر هذا الالتزام المستمر على نطاق واسع . وبصورة بديهية ، فإن تشكيل الإقناع ، كعملية ، يقوم فيها مؤثر رمزى (رسائل مقنعة) بإحداث نزعات داخلية تقييمية (مواقف أو وجهات نظر) تحرك بالتالى سلوكيات علنية مرغوب فيها (استجابة لأهداف مقنعة) يكون أمراً مفهوماً . وتمضى الحجة قائلة : إنه ، مع ذلك ، لا يمكن أن نتوقع أن يتصرف الناس بطرق موصوفة لهم فى روشتة إعلامية إذا لم يكونوا ميالين بصورة مناسبة نحو هذه الروشتة ؟ [٩] .

ومن ثم ، فإنه على الرغم من نقص الأدلة العلمية ، ويقيناً رغم الأدلة المناقضة لها فى بعض الحالات ، فإن استراتيجية الإقناع التى تظهر بشكل تخطيطى فى الشكل ١٠ - ١

أصبحت شيئاً مؤسساً كجزء من معرفتنا العامة ، ويبدو أنه لم يعد هناك شك لدى كثير من الممارسين فى أن رسائل الإقناع التى تنقل إلى الجماهير يمكن أن تأسر قلوب وعقول ، وبالتالى (كما يأملون) دولارات أولئك الذين يتلقون معلومات تستهدف تغيير المشاعر ، ومن ثم تغيير السلوك . والشيء الوحيد الباقي الذى ينبغى عمله ـ كما يعتقد أمثال هؤلاء الأشخاص ـ هو أن تكتشف كيف تؤدى المعلومات عملها بالضبط .

ولسوء الحظ ، فإن هذه الخصائص التى للرسالة السحرية لم تكتشف بعد ، بعد عقود من البحوث المكثفة ، ومن ثم ، فإن هناك حاجة إلى أدلة أخرى لتأييد صحة الاستراتيجية الديناميكية النفسية . وإلى أن تنجز مهمة هذه البحوث ، يجب أن يبقى هذا التفسير للإقناع باعتباره محاولة تجريبية .

الاستراتيجية الثقافية ـ الاجتماعية

بينما تقوم الافتراضات الأساسية لعلم النفس على فكرة أن السلوك تتم السيطرة عليه من الداخل ، فإن العلوم الاجتماعية الأخرى تفترض أن قدراً كبيراً من السلوك الإنسانى تشكله قوى من خارج الفرد . ويؤكد علم دراسة المجتمعات البشرية على التأثير القوى للثقافة على السلوك ، ويشير علماء الاقتصاد إلى تصرفات موضوعية غير شخصية للسياسات والاتجاهات النقدية ، بينما يؤكد علم السياسة على هياكل الحكم وممارسة السلطة . أما علم الاجتماع ، فإنه يدرس تأثير التنظيم الاجتماعى على سلوك الجماعة ، وكل هذه الأساليب لها مزية ، وكل منها يقدم أساساً شرعياً بطريقة ما للتنبؤ بطبيعة العمل البشرى .

وقد لعبت تفسيرات السلوك البشرى التى بحثت العوامل خارج الفرد دوراً أصغر كثيراً فى وضع استراتيجيات للإقناع مما فعلته الاستراتيجية الإدراكية التى تنظر إلى الداخل . ومع ذلك ، فإنها تقدم أساساً خصباً تقوم عليه نظريات بديلة ، غير أنه من أجل وضع مثل هذه النظريات ، يحتاج المرء إلى أن يكون لديه فهم واضح عن كيفية إمكان توجيه السلوك البشرى بواسطة اعتبارات أخرى غير العوامل البيولوجية والعاطفية والإدراكية الداخلية التى يهتم بها علماء النفس .

التوقعات الاجتماعية والسلوك

ليس من العسير أن تظهر القدرة القوية للثقافة فى السيطرة على التصرف الإنسانى ، إذ أن المرء يستطيع بسهولة أن يشير إلى أمثلة من أعمال مثيرة من الصعب تفسيرها بعبارات أخرى ، فقانون بوشيدو ، الذى غرس فى نفوس العسكريين اليابانيين خلال الحرب العالمية الثانية ، أدى إلى أن يقوم أفراد منهم بأعمال لم تكن القوات الأمريكية التى كانت تواجههم تستطيع أن تفهمها كلها ، فقد كان قادة الطائرات الانتحارية ـ الكاميكازى ـ يحلقون بطائرات مثقلة بحمولات من القنابل وهم متلهفون للطيران وليس لديهم من الوقود إلا ما يكفى للوصول إلى أهدافهم . وكانوا يتعمدون السقوط فوق السفن البحرية الأمريكية ، بينما كانت الغواصات اليابانية تطلق بانتظام طوربيدات ضخمة يوجهها ملاحون من البشر يضحون بانفسهم عمداً وهم يقودونها نحو جوانب سفن الحلفاء .

ولم يكن هؤلاء الأشخاص مجانين ، بل كانوا يتصرفون بشكل طبيعى للغاية فى نطاق متطلبات ثقافتهم . وحتى الجنود البريون كانوا يلقون بأنفسهم من فوق الصخور الشاهقة أو ينسفون أنفسهم بقنابل يدوية أو يبقرون بطونهم بالسكاكين ، لتفادى الوقوع فى الأسر ، ليس لأنهم يخافون المعاملة كأسرى ، بل هو عار الاستسلام للعدو ، وهو شعور غرس بعمق بواسطة تطبيع المجتمع وفقاً لمعتقدات بوشيدو التى تجعل من الأسر أو الاستسلام شيئاً فوق طاقة تحملهم ، وكان الموت بأيديهم حلاً مشرفاً وبديلاً مفضلاً لديهم .

ومن الممكن تجميع قائمة لا نهاية لها من أمثال هذه السلوكيات التى تتناقض كلية مع ما نعتقد أنه صواب ، وسوف تشمل عادة « الساتى » فى الهند التقليدية ــ وهى واجب الزوجة المخلصة بأن تلقى نفسها على محرقة جنازة زوجها الميت ؛ وطقوس العبور لدى الهنود الأمريكيين التى يعذب فيها الأفراد الذين يسعون إلى إثبات الرجولة ؛ وعادات الإسكيمو التقليدية الذين يجعلون الآباء العجائز الذين يعولونهم بعد أن أصبحوا عاجزين عن الإنتاج من أجل الجماعة يرحلون عن المأوى لكى يتجمدوا حتى الموت فوق الثلوج ، وكل هذه العادات كانت عادية ومشرفة معاً داخل الجماعات التى تحدث فيها .

وحتى فى داخل مجتمعنا الأمريكى هناك أشكال من السلوك يمكن أن تبدو للآخرين غريبة ، أو غير منطقية ، أو خطيرة على الصحة . فارتداء الإناث للأحذية ذات الكعوب العالية يمكن أن يدخل ضمن القائمة ، وتعاطى الخمور (إلى أن تتخدر الأحاسيس وينتج صداع فى الصباح) يمكن إضافته إلى القائمة ، كما أن الاستماع إلى موسيقى « الروك » بمستويات صوت مرتفعة إلى حد يكفى لإتلاف السمع يعتبر مرشحاً آخر للقائمة ، ومع ذلك ، فالواقع أن هذه أشكال من السلوك العادى رسخت ثقافياً من خلال فئات معينة داخل مجتمعنا .

وعند مراجعتنا لنظرية التوقعات الاجتماعية فى الفصل الثامن نرى أن مكونات التنظيم الاجتماعى يمثل مجموعة أخرى من التأثيرات شديدة المفعول على السلوك الفردى . ويستطيع الناس ، نتيجة لهذه التأثيرات اختيار مجموعات من الأفعال التى تعد البديل لمشاعرهم ونزعاتهم الداخلية .

ولنتأمل ، على سبيل المثال ، طالب السنة النهائية الذى يريد الحصول على درجة متقدمة فى وسائل الاتصال أو أحد العلوم الاجتماعية . فلكى يفعل ذلك ، فإنه مطالب فى الغالب أن يأخذ مقررات دراسية فى علوم الإحصاء . وإذا نظرنا إلى المتغيرات الإدراكية ، كالمواقف ، فإننا لكى نفهم كيف يشعر الطالب النموذجى حيال مادة الموضوع ، سوف نجد صورة سلبية إلى حد ما . ويبدو أن طلبة قلائل فى السنوات النهائية لديهم مواقف إيجابية قوية تحفزهم على دراسة الإحصاءات ، غير أنه بعد مرور عام وراء عام سوف يصر مثل هؤلاء الطلبة أسنانهم ، ويهدئون أعصابهم ، ويوقعون على طلب مثل هذه المقررات . وبوضوح تام ، فإن أفعالهم لا تتلاءم مع صيغة « تعلم - اشعر - اعمل » .

وفى الحقيقة ، إن مثل هذه الاختيارات السلوكية ليس لها صلة كبيرة ، بطبيعة الحال ، بمواقف أو أفضليات ، إذ أن التفسيرات تكمن فى أماكن أخرى . فالتوقعات الاجتماعية للأعضاء ذوى المراتب العليا من مجموعتهم – أساتذتهم فى السنة النهائية – يفرضون النمط المطلوب من السلوك . فالقواعد واضحة محددة ، ودور طالب السنة النهائية يشمل إتقان مثل هذه المقررات . لكن الانتقال بنجاح إلى أعلى فى المرتبة من مرشح لدرجة ما إلى حاصل على الدرجة ، يتوقف على إتمام العمل ، فإذا لم يمتثل الطالب ، فإنه سوف يبعد عن المجموعة ، وكان مثل هذا الإبعاد يعتبر منذ وقت بعيد ،

شكلاً هاماً من السيطرة الاجتماعية ، ومن ثم ، فإن النتيجة الفعلية ليست « تعلم - اشعر - اعمل » بل هى « تعلم - امتثل - أو تعاقب » ! .

ومن الممكن إثارة قضية ، وهى أن الكثير جداً من سلوكنا تسيطر عليه توقعات اجتماعية موجودة داخل النظم الاجتماعية التى تتفاعل فيها مع الآخرين لا مع استعداداتنا الداخلية ، وكل مجموعة تنتمى إليها (أسرة ، أومدرسة ، أو مجموعة نعمل داخلها ، أو نادٍ ، أو مجرد زمرة من الأصدقاء) تمارس مجموعة قوية من الضوابط علينا . وقد نجبر فى بعض الجماعات على أن نقوم بالدور المخصص لنا بالإكراه ، ونمتثل لنظام الرتب ، ونوافق على نظام السيطرة الاجتماعية ، وهذه هى العوامل الخارجية التى تشكل تصرفاتنا ومواقفنا ــ التوقعات الاجتماعية ومطالب الآخرين ــ وليس مجرد المشاعر الداخلية ، أو الأفضليات ، أو المواقف .

وهكذا لا يوجد شك كبير فى أن كلاً من العوامل الاجتماعية والثقافية تكفل خطوطاً توجيهية تشكل السلوك البشرى . إن حالات التفاهم الفردية ، وقبول أشكال ثقافية يرضى عنها السلوك ، والتوقعات السلوكية من الآخرين هى التى تحدد كيف يتصرف الفرد فى محيط اجتماعى . ولهذا السبب ، فإن مثل هذه العوامل الخارجية يمكن أن تهىء أساساً للإقناع ، مع افتراض أنه يمكن للفرد تحديدها أو التحكم فيها .

تعديل التوقعات الاجتماعية للتأثير على السلوك

بينما تجرى دراسة الاستراتيجية الديناميكية النفسية منذ سنوات ، لم تخصص إلا بحوث أقل للنهج الثقافى الاجتماعى للإقناع . والواقع أن النظريات الموجودة للإقناع والتى استعرضت الجزء الذى تقوم به الثقافة والتنظيم الاجتماعى ، قد تركزت حول الوسائل التى قد تكون بها مثل هذه العوامل عقبات فى تحقيق تغيير سلوكى . وعلى سبيل المثال ، فإن الكتب الخاصة بتبنى التحديث كنتيجة لحملات المعلومات ، تصف غالباً مقاومة التغيير بأنه راجع إلى عادات ثقافية أصبحت عرفاً يناقض استخدام التغيير المقترح .

إن ما تتطلبه استراتيجية ثقافية اجتماعية فعالة ، هو أن تحدد رسائل الإقناع للفرد قواعد السلوك الاجتماعى ، أو المتطلبات الثقافية للعمل التى سوف تحكم الأنشطة التى

يحاول رجل الإعلام أن يحدثها ، أو إذا كانت التحديدات موجودة فعلاً ، تصبح المهمة هى عملية إعادة تحديد هذه المتطلبات .

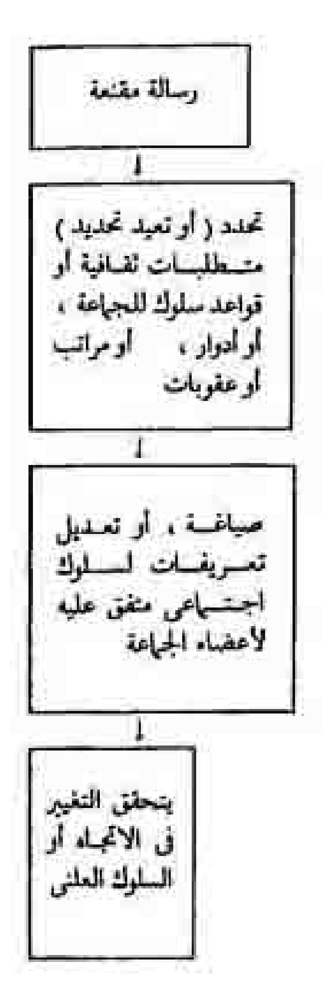
وقد استخدمت هذه الاستراتيجية طوال عقود عديدة فى علم الإعلان لإعادة تشكيل الأفكار حيال منتج ما . وقد كان من الصور الكلاسيكية ، الإعلان عن السجائر فى أعقاب الحرب العالمية الأولى مباشرة ، عندما كان التدخين بالنسبة للنساء أمراً غير مقبول اجتماعياً ، وكان تخطيط حملة إعلانية لجعل النساء يعتدن التدخين مهمة شاقة ، إذ كان من الصور الراسخة بين الجمهور على نطاق واسع أن النساء اللواتى يدخّن يفقدن قيمهن الأخلاقية . ومع ذلك ، فقد أدرك المعلنون عن السجائر أن نصف السكان لا يشترون السجائر ، وأنهم إذا استطاعوا إعادة تعريف قواعد السلوك لجعل النساء يدخن ، فإن مبيعاتهم سوف ترتفع ارتفاعاً شديداً .

ومع أن الأمر قد تطلب بعض الوقت ، فإنهم نجحوا فى ذلك بوضوح . وكان بين الإعلانات الشهيرة فى ذلك الحين منظر رجل أنيق وامرأة جميلة يجلسان على ضفة نهر تغمرها الحشائش ، وهو ينفث دخان سيجارته بعيداً وعلى وجهه نظرة رضاء ، بينما تميل المرأة نحوه فى شوق قائلة : « انفث قليلاً ناحيتى » . وبعد فترة قصيرة فقط ، بدأت الإعلانات تظهر وفيها نساء « ظريفات » يدخن بين الجمهور ، وأخذ التحول يمضى فى طريقه .

ومن ثم ، فإن إحدى الاستراتيجيات الراسخة ، هى تصور التوقعات الاجتماعية للمجموعة التى سيحدث داخلها العمل ، مع تقديم تعريفات ثقافية عن : أى التصرفات سيكون مناسباً . والمفتاح هو أن الرسالة يجب أن تكفل ظهور توافق جماعى فى الرأى ، أى أنه يجب إظهار أن التعريفات المقدمة تلقى تأييدها من الجماعة المناسبة ، وأن الفشل فى أن تحذو حذوهم سوف يشكل سلوكاً شاذاً غير مقبول . وهذه الاستراتيجية لوضع نظرية إقناع ، عندما تعرض بطريقة تخطيطية سوف تبدو مثل الشكل ١٠ - ٢ .

وتستخدم هذه الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية غالباً بالاشتراك مع ضغوط بين الأشخاص للموافقة ، ويعنى هذا خليطاً من رسائل إعلامية ، ومحادثات فردية . ويمكن توضيح هذه الاستراتيجية ذات المستويات المتعددة بعبارات محدودة ، إذا بحثنا عن تكتيكات حملة ناجحة إلى حد كبير تكون مألوفة لكل شخص تقريباً .

وهناك حملة خيرية سنوية للمجتمعات المحلية تسمى بصفة عامة : النداء المتحد ،



الشكل ١٠ - ٢ الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية للإقناع .

أو صندوق المجاعة ، أو ما يماثل ذلك . وتضم مثل هذه الحملات التمويلية مجموعة متنوعة من الجهود لكى تحقق أهدافها ، ولكن الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية تكون فى الغالب هى جوهر المجهود .

ولكى نوضح التناقض مع النهج الديناميكى النفسى ، سوف نتخذ مجموعة افتراضية من المواطنين الذين يفضلون عدم تقديم تبرعاتهم بهذه الطريقة ، فلديهم مؤسسات خيرية مفضلة يمنحونها تبرعاتهم كل عام ، وهم يفضلون أن يحدث ذلك دون ذكر أسمائهم . وهكذا ، نستطيع أن نبدأ بتصرف سلبى نحو السلوك ، وسيحاول رجال الإعلام أن يستخلصوا إلى جانب ذلك تفضيل إخفاء الاسم فى العطاء لأية قضية . ومع ذلك ، فإنه يحتمل جداً كما سوف نرى ، أن يقدموا التبرع بطريقة علنية جداً إلى « النداء المتحد » رغم مشاعرهم المناقضة لذلك .

والخطوة الأولى فى الإغراء النموذجى للتبرع للنداء المتحد هو الإعلان (عن طريق

وسائل الإعلام الجماهيرية) ، وقد نظمت المجموعة المحلية حملة ، حددت مبلغاً معيناً من الدولارات ينبغى تحقيقه (هذا العام) ، وهكذا يكون هدف المجموعة المحلية قد تحدد بالإيحاء بأن ذلك الأمر يلقى قبولاً واسع النطاق بين أعضاء الجماعة التى ينتمى إليها المرء . والواقع أن صيغة هذا الهدف قد وضعها منظمو الحملة بشكل تعسفى ، ذلك لأن هذا الهدف لم ينشأ بالضرورة من شعور القاعدة العادية من جانب أعضاء المجموعة المحلية بصورة إجمالية ، ومع ذلك ، فإنه يحتمل جداً أن يبقى دون أى تحد . وللأهداف فى حد ذاتها خاصية مقنعة إلى حد ما إذا اعتقد أنها تلقى تأييداً واسعاً (إجماع رأى) ويستطيع المنظمون خلق مثل هذا الانطباع بجعل بعض الأشخاص البارزين اجتماعياً فى المجموعة المحلية (ذوى المراتب العليا) يشتركون فى إعلان المبلغ المقدر جمعه . وهناك أشخاص كثيرون يتوقون إلى تأكيد وضعهم الاجتماعى الرفيع علناً بالمشاركة فى مثل تلك المناسبات . وبطبيعة الحال ، سوف تقوم وسائل الإعلام دائماً عن طيب خاطر بتغطية كاملة لمثل هذا الحدث ، وتسلم بذلك بأهميته .

وهناك خطوة أخرى هامة ، وهى أن تعلن لسكان المنطقة أن « النصيب العادل » بالنسبة للمواطنين هو نسبة مئوية معينة من إيراداتهم ، وهذه الفكرة سوف تحظى بتغطية واسعة من وسائل الإعلام . وفكرة « النصيب العادل » ذات مغزى اجتماعى ، وهى مقنعة للفرد لأنها تبدو قاعدة مقبولة ، يشترك فيها الجميع ، إذ من الذى يريد اعتبار أنه « غير عادل » . . وهكذا يخرج على التعريفات الاجتماعية المتفق عليها ؟ وإذا أمكن دفع الأفراد إلى الاعتقاد بأن الآخرين يعطون فعلاً وفقاً لهذه القواعد ، فسوف يشعرون بالضغط نحو التوافق معهم .

وفى صميم حملة الإقناع ، توجد نظم للأدوار ترتبط بحملة الصندوق داخل عمل المجموعة المحلية وجماعات المناطق المجاورة . ففى المتاجر ، والمصانع ، والمدارس ، وأكبر قدر مستطاع من المنظمات الأخرى ، يتم تعيين شخص رئيساً للحملة ، مع ما يصاحب ذلك من علانية . ويشعر كبار الرؤساء التنفيذيين فى منظمات الأعمال الكبيرة بصفة خاصة أنهم مضطرون إلى التعاون فى هذا النوع من الجهود ، بسبب الحاجة إلى الحفاظ على صورة العلاقات العامة التى تديرها المنظمة لصالح المجموعة المحلية . ويعين رئيس الحملة عادة « محصلين » فى أقسام المنظمة المختلفة إذا كانت كبيرة بأية حال ، ويجب أن يقوم عضو الجماعة العادى بدور الشخص الذى يحصى ما يجمعه

المحصلون ، وعندما يطلب من أى شخص التبرع شخصياً بواسطة عامل آخر ، فإن الرفض سيكون عملاً محرجاً .

وهناك تكتيك يستخدم أحياناً فى هذه الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية ، وهو توزيع بطاقات على الأعضاء تحمل أسماءهم مطبوعة عليها ، وبها مكان لكى يذكروا فيه المبلغ الذى « يتعهدون به » (لكى يجرى تحصيله فيما بعد) وتلك إشارة إلى أنهم تحت المراقبة ، التى يحتمل أن يقوم بها رؤساء أقوياء ، والأشخاص الذين يختارون عدم التعهد بشىء ، يجب أن يوضحوا خروجهم على المجموع بتوقيع البطاقة للإشارة إلى الرفض ، بالإضافة إلى أنهم قد يكونون مضطرين إلى إبلاغ محصل الجماعة شخصياً أنهم لن يقدموا أى تبرع (ويعتبرون بذلك خارجين عن النشاط الاجتماعى) .

وإذا كان أفرادنا ذوو الحظ السىء ، الذين يريدون منح أموالهم لقضية أخرى لم يقتنعوا بهذه الاستراتيجيات ، فإنهم سوف يواجهون بموقف آخر لا يمكن مقاومته ، عند عودتهم إلى المنزل ، إذ أن منظمى الحملة سوف يعينون « محصلين متطوعين » للمرور على السكان فى كل حى فى منطقتهم المباشرة للمطالبة بالتبرع . وهنا يبرز أمامنا دور الجار الطيب ، ودور المواطن الطيب (وكلاهما يتضمن تقديم العون لمساعدة الأقل حظاً) وهذه الأدوار متشابكة فى نظام رقابة اجتماعى تبادلى بصورة مصغرة ، إذ أنه من المثير للحرج أن ترفض طلباً معقولاً لأحد الجيران ، ويحظى برضاء المجتمع للتبرع بمبلغ متواضع . وهناك عقوبات سلبية محتملة تكمن وراء مثل هذا الرفض ، فضلاً عن الحط من قدر المكانة الاجتماعية ، إذ من الذى يريد أن يعرف بين جيرانه بأنه بخيل ، يرفض التبرع بمبلغ متواضع لقضية خيرية تؤيدها المجموعة المحلية ؟

وهكذا ، فإن أصدقاءنا ، رغم مواقفهم السلبية ، وأفضلياتهم المناقضة ، يدسون أيديهم عند هذه المرحلة لإخراج بعض النقود ، وربما صرّوا قليلاً على أسنانهم ، وهم يمتثلون مبتسمين ، ومع ذلك ، فإنهم سوف يمنحون مكافأة عن سلوكهم الطيب ، تهدف إلى تقديم تعزيز إيجابى لهم . . وسيحصلون على زر صغير يضعونه فى عروة سترتهم ، أوعلى الأقل بطاقة يضعونها فى نوافذهم لتظهر للآخرين كم كانوا مواطنين طيبين .

وقد استخدمت الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية للترويج للمنتجات التجارية

بوسائل مماثلة للوضع فى حملات التمويل ، وهناك نموذجان سوف يوضحان كيف أن التعريفات الثقافية ، والتوقعات الاجتماعية ، وكل مكونات التنظيم الاجتماعى تكفل أساساً قائماً على المفاهيم لتخطيط استراتيجية فعالة لبيع السلع ، أحدهما صف أوعية المطبخ المصنوعة من بلاستيك لا ينكسر ، والآخر صف أدوات التجميل التى توزع عن طريق مبيعات المنازل .

ويستخدم صانع صنف شهير من أوعية المطبخ من البلاستيك المتين بعض إعلانات وسائل الإعلام ، ولكن الوسيلة الرئيسية للترويج هى عن طريق استخدام إقامة « مآدب » فى البيوت الخاصة ، وهى شكل آخر متغير من الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية ، مع مزيد من التأكيد على العلاقات بين الأشخاص ، بدلاً من الرسائل عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية المنقولة ، ومع ذلك ، فإنها تكفل فراسة مفيدة لديناميكيات هذه الاستراتيجية للإقناع ، وها هى الطريقة التى تعمل بها .

يقوم أحد مندوبى الشركة باختيار ربة بيت فى أحد الأحياء ، ويعرض عليها هدية « مجانية » من أدوات المطبخ إذا قبلت أن تكون هى المضيفة فى « مأدبة » يمكن إظهار الأدوات خلالها ، وتوافق كثيرات على عمل ذلك ، ويقمن بدعوة صديقاتهن إلى هذه المناسبة الاجتماعية . وفى أثناء التجمع ، يعرض المندوب المنتجات ، ويشرح الهدية اللطيفة التى ستحصل عليها المضيفة مقابل رعايتها للحفل . ويظهر صف الأوعية بوسائل متنوعة ، بينما تقدم المضيفة الوجبات الخفيفة والمشروبات ، ويكون للحدث جو « المأدبة » فعلاً ، ويدرك الضيوف طبيعة هذا التجمع ، ولكنهم يتمتعون بالأحاديث التى يتيحها لهم ، والميزة الأساسية ، هى أنه بعد أن تتم هذه « المظاهرة » لإظهار محاسن السلع يدعى الضيوف إلى شراء أصناف من صف الأوعية . ولما كان كل منهم قد أمضى وقتاً طيباً ، فسوف يبدو ذلك أقل ما يستطيع المرء أن يفعله للمضيفة ، ويشترون أشياء متنوعة عن طيب خاطر .

إن هذه المسرحية الاجتماعية الصغيرة تعتمد على تعريفات ثقافية ، وقواعد سلوك ، ومتطلبات للدور ، ونظم من الرقابة الاجتماعية ، تماماً مثلما يفعل نظام جمع الأموال الذى وصفناه سابقاً ، فثقافتنا تضفى قيمة على مهارة ربة البيت فى تدبير شؤون مطبخها بكفاءة ، والمنتجات التى تباع خلال التجمع ، بأنها مساعدة هامة فى عمل ذلك ، وفكرة « المأدبة » لها تعريفها الثقافى الخاص الذى يحمل معه عناصر إيجابية عديدة ،

وقواعد السلوك هى أنه عندما تدعى إلى مأدبة ما ، فإنه من المتوقع أن يقبل المرء ذلك ، وهناك قاعدة أخرى ، وهى الامتناع عن التصرف بفظاظة فى أثناء الوجود هناك ، فضلاً عن أن الوجود فى منزل شخص آخر فى مثل هذه الظروف ، يتضمن علاقة دور ذات مغزى بين المضيفة والضيف ، والسلوك الذى ينتهك هذه المتطلبات سوف يعتبر أكثر من فظ .

ويترجم كل ذلك إلى التزام فعلى بشراء شىء مما يبيعه المندوب ، وسيكون أمراً مخزياً للمضيفة إذا لم يفعل المرء ذلك ، بل إنه إذا رفضت صديقاتها مساعدتها ، فإن منزلتها الاجتماعية سوف تنخفض بشدة ، والأشخاص ذوو الحساسية المرهفة لا يفعلون ذلك لأصدقائهم . ومن ثم ، فإن المأدبة تقام ، والأطعمة الشهية تؤكل ، ويدور الحديث بين الجميع ، مع توجيه اهتمام يتسم بالأدب إلى المكان المخصص للمبيعات (وفوق كل شىء) تشترى السلع . وليست هناك أية نتيجة واقعية أخرى ممكنة . وسيكون أمراً لا يقبله عقل أن يقفز أحد « الضيوف » فجأة ، ويتصرف بفظاظة تجاه المضيفة ، ويشجب المنتجات ، ويهين المندوب ، ثم يندفع خارجاً فى نوبة غضب لأنهم يضغطون عليه للشراء . وقد يكون هذا بالضبط ما يمكن أن تطالب به الأفضليات والمواقف الداخلية ، ولكن مثل هذه الرغبات الملحة غير الظاهرة تبقى تحت السيطرة بسبب المتطلبات الاجتماعية للموقف .

ويستخدم عدد من أصحاب المصانع صورة من الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية التى يمكن تسميتها (ربما على سبيل السخرية) المتغير الوبائى ، وهى الأخرى تقوم على العلاقات بين الأشخاص أكثر منها على وسائل الاتصال الجماهيرية ، ولكن أولئك الذين يستخدمونها ، يستعينون أيضاً بوسائل اتصال جماهيرية معاونة ، كمساندة إعلانية . والمثال الجيد على ذلك ، صنف أدوات التجميل الذى يبيعه خارج المنازل تاجر يكون مندوباً مباشراً للصانع .

وتبدأ الاستراتيجية عندما تدعى إحدى الجارات أو المعارف إلى بيت التاجر ، مع وعد بالحصول على « تجميل للوجه » بلا مقابل . ويشير المصطلح إلى إجراء معقد نوعاً ما لتنظيف البشرة ، واستخدام أدوات تجميل متنوعة لتجميل مظهر الوجه . والواقع أن التعريفات الثقافية القوية ، التى تتضمنها فكرة جمال الأنثى وأهميتها فى مجتمعنا ، تجعل عملية تجميل الوجه مجاناً مكافأة ذات شأن .

وعند وصول السيدة موضوع التجربة ، يتم استخراج صف أدوات التجميل ، ويوضع على المائدة غطاء زاهى الألوان ، وتدور مناقشة حول كل زجاجة وعلبة وصندوق وأنبوبة ، ويسمح للسيدة برؤية وشم وتحسس كل مادة . ثم تبدأ عملية تجميل الوجه ، فتزال مواد التجميل القديمة بمادة منظفة ، ثم يرش سائل منعش على الوجه لإعداده ، وبعد ذلك ، توضع طبقة « أساس » ثم تضاف طبقات مختلفة مثل « اللون الوردى » ومسحوق البودرة ، وأخيراً « الظلال » ويستخدم مستحضر لتكحيل الرموش لإبراز شكل العينين ، وينتهى العمل بوضع أحمر الشفاه . وعند هذه النقطة ، وبعد حوالى ساعة من التفاعل ، لا تجد السيدة أمامها إلا أن تشترى بعض المنتجات .

ولكن هذه ستكون طريقة غير فعالة لبيع أدوات التجميل ، لولا خطوات إضافية سوف تذكر فيما بعد . إن عملية تجميل الوجه تدعم رابطة اجتماعية ودية بين المندوب والسيدة المستهلكة ، فيوضع اسمها فى قائمة ، وتجرى زيارات منتظمة لاقتراح إمدادات جديدة ، ولفت النظر إلى مواد تجميل جديدة ، ويحدث اتصال بالزوج قبل فترة مناسبة من مواعيد تقديم هدايا خاصة (أعياد الميلاد ، ذكرى الزفاف ، عيد الأم ، وعيد الميلاد « الكريسماس » . . . إلخ) ويطلب من أمثال هؤلاء الزبائن أيضاً الاتصال بمجموعة من الصديقات للحصول على عمليات تجميل للوجه ، وتوسيع قاعدة العملية ، بل إن الأكثر أهمية من ذلك ، إغراء السيدة على الانضمام إلى « الفريق » (ويشار إليه أحياناً باسم « الأسرة ») وأن تصبح متعهدة لأدوات التجميل لحسابها الخاص . والمندوب الذى يتعاقد مع مثل هؤلاء التجار الجدد يحصل على مكافآت خاصة ، وشهادات تقدير من الشركة . وهكذا تتبع عملية انتشار الأشخاص الذين يبيعون مستحضرات التجميل نمطاً ينتشر كالوباء .

إنها طريقة فعالة لبيع السلع ، وقد لا تنجح مع منتجات عديدة ، ولكنها كانت ناجحة بصفة خاصة مع مستحضرات التجميل ، وقد استخدمت استراتيجيات مماثلة بشكل أو آخر فى بيع المجلات ، ومنتجات التنظيف المنزلية ، ودوائر المعارف ، والمكانس الكهربائية .

وبينما لا تقوم هذه النماذج التوضيحية المعقدة إلى حد ما للاستراتيجية الثقافية الاجتماعية على أساس وسائل الاتصال الجماهيرية وحدها ، فإنها تحتل مكاناً رئيسياً فى

أنشطة المشتغلين بالإقناع ، غير أن الجهد الكلى للإقناع يتم استعماله أحياناً بوسائل الإعلام وحدها . وإذا كان هناك أى شك فى أن الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية تستخدم على نطاق واسع فى إعلانات وسائل الإعلام ، فإن القارىء مدعو إلى قضاء سهرة أمام جهاز التليفزيون لمشاهدة الإعلانات التجارية داخل منظور هذه الاستراتيجية ، حيث يقوم أشخاص مبتسمون وسعداء بأداء تمثيليات صغيرة تدور حول البيرة ، والأدوية التى تزيل الإمساك ، ومزيلات الروائح ، ومعاجين الأسنان . وهم يحددون لمشاهديهم القواعد المقبولة وغير المقبولة ، وأدوار السلوك المقبول ، وكيف يمكنك كسب مكانة اجتماعية أو الحفاظ عليها ، وأية قيود اجتماعية يمكن أن تجعل المرء يفقد مكانته إذا خرج المرء عن النظام . وهى تمثيليات توضح باستفاضة أنه إذا ضبط المرء وهو يحتسى البيرة الخطأ ، أو رائحة جسم يمكن اكتشافها ، أو أحشاء غير نشيطة ، أو ضياع طاقم الأسنان ، فإنه يجعل المرء فى وضع المنبوذ من القبول الاجتماعى .

استراتيجية إنشاء المعانى

هناك نهج ثالث للإقناع يكفله التأثير فى المعانى . وقد شهدنا فى الفصل ٩ أن الرابطة بين المعرفة والسلوك عرفت منذ وقت بعيد إلى المدى الذى يمكن أن يأخذنا إليه التاريخ المسجل . فمنذ قرون من الوجود البشرى ، كانت المعرفة ــ أى المعانى بالنسبة لعالم من الواقع الموضوعى ــ يشكلها الأفراد من خلال عمليات تطبيع اجتماعى تقوم على أساس انتقالات شفهية فقط ، وكان الناس يتعلمون المعانى المقبولة للرموز ، والأحداث الطبيعية ، وتعقيدات نظامهم الاجتماعى ، وقد وسعت الطباعة هذه المعانى إلى حد كبير . والآن ، فى عصر وسائل الاتصال الجماهيرية ، تقدم وسائل الإعلام قنوات جاهزة لمجموعات هائلة من السكان بقصد الإنشاء المتعمد للمعانى . وتستخدم هذه القنوات ، كما هو واضح ، بواسطة عدد ساحق من مصادر المعلومات المتنافسة ، التى تريد أن تصوغ ، وتنظم ، أو تعدل المعانى التى خبرها الناس عن كل شىء ، من المنتجات التجارية إلى الشؤون السياسية .

إنشاءات المعانى والسلوك

كان افتراض أن المعرفة تشكل الفعل ، هو أول مبدأ أساسى كبير لما نسميه الآن علم السلوك ، وقد وضع منذ وقت بعيد ، ربما حتى قبل بداية الفلسفة المسجلة . وبكل تأكيد ، كانت العلاقة بين المعانى الذاتية والسلوك ركناً أساسياً مقبولاً لتحليل الطبيعة البشرية فى خلال عصر أفلاطون وأرسطو . وقد لاحظنا فى الفصل ٩ أن الرابطة بين المعرفة والسلوك استمرت مبدأً رئيسياً للسلوك البشرى خلال عصر أنصار المذهب المدرسى ، وطوال عصر النهضة ، وحتى العصور الحديثة ، حيث سعى علماء كل قرن إلى إثبات كيف يجب أن يشكل السلوك بواسطة المعرفة ، إما لعقيدة دينية ، أو نظام علمانى للحكم .

وفى وقت أكثر حداثة ، وبينما كان كل علم من العلوم الاجتماعية ينبثق من الفلسفة ، أعيد اكتشاف هذا المبدأ بواسطة كتاب معاصرين ، ووجد علماء السلالات البشرية أن المعانى ترتبط باللغة ، وأن كلًّا منهما يهيىء وسيلة فذة للفهم والتصرف حيال العالم الخارجى . واكتشف علماء الاجتماع أن مفاهيمنا الداخلية (أى المعرفة) عن النظام الاجتماعى تزودنا « بتعريفات للموقف » ، فإذا اعتقدنا أن موقفاً ما حقيقى ، فإننا سوف نتصرف وكأنه حقيقى . وكذلك أعاد علماء النفس اكتشاف المبدأ القديم بمفهومهم عن التخطيط ، باعتباره معانى للواقع ، والتأثير القوى لمثل هذه التركيبات للمعانى على السلوك البشرى .

وحتى وقت أكثر حداثة ، أدمج علماء الاتصال هذا المبدأ القديم فى صياغاتهم لتفسير الكيفية التى تؤثر بها محتويات وسائل الاتصال الجماهيرية على سلوك جمهورها ، فالصحف تشكل « الصور فى رؤوسنا » وتؤثر فى الطرق التى نتصرف بها إزاء المسائل العامة الراهنة ، ووسائل الإعلام « تنمى » معتقداتنا عن العالم الحقيقى ، وتؤثر فى سلوكنا . والصحف تساعدنا على ترتيب معانينا الداخلية فى شكل « جدول أعمال » للموضوعات التى نفكر فيها ، ووضع تسلسل هرمى عن مدى أهميتها . وأخيراً ، فإن وسائل الاتصال الجماهيرية ، تنشىء ، وتوسع ، وتستبدل ، وتثبت المعانى للكلمات فى لغتنا . وهذه التعديلات للمعانى تؤثر فى استجابتنا للأشياء والمسائل التى يطلق عليها أسماء .

وهكذا ، لا يوجد شك كبير فى أن العلاقة بين المعرفة والسلوك ستظل مبدأ أساسياً للسلوك البشرى ، وأن المعانى تشكل أعمالنا فعلاً ، وقد بقيت صحة هذا الافتراض آلاف السنين .

تعديل المعانى للتأثير على السلوك

إن نظريات إنشاء المعانى التى نوقشت فى الفصل ٩ رسمت الخطوط المحددة للوسائل التى يمكن أن يتأثر بها سلوك جماهير وسائل الإعلام دون قصد متعمد . أى إن أولئك الذين يجمعون ويحررون وينشرون الأخبار ، لا يفعلون ذلك بتخطيط فى أذهانهم لخلق صور فى رؤوسنا ، أوحتى وضع جدول أعمالنا الشخصية ، فأولئك الذين يكتبون العنف فى سيناريوهاتهم وينقلونها إلى شاشة التليفزيون لا يحاولون إثارة خوف الناس من جيرانهم . وبالمثل ، فإن تغطية التليفزيون الواسعة لمسألة ما مثل المخدر « كراك » لا تذاع بقصد إيجاد معان جديدة فى لغتنا ، فهذه تأثيرات غير مقصودة ، قد لا يفهمها على الأرجح أو يريدها أولئك الذين يديرون وسائل الإعلام .

ولكن إذا استطاعت وسائل الاتصال الجماهيرية أن تعدل المعانى وتؤثر على السلوك دون قصد ، فإن هناك أسساً كافية للاعتماد على استراتيجية إنشاء المعانى بغرض تغيير السلوك عن قصد ، فالمعلومات التى تنقل إلى الجماهير يجب أن تكون فعالة ، كأى نوع آخر فى تغيير المعانى التى ينسبها الناس لبعض الأشياء ، كالمنتجات أو القضايا أو المرشحين أو المسائل . وإذا أمكن تحقيق هذه المتغيرات ، فإن تعديلات السلوك نحو هذا الهدف من الإقناع يجب أن تأتى فى أعقابها .

وهذه فكرة بسيطة نسبياً : فالمعرفة تؤثر فى السلوك ، والشىء المفقود هو افتراضات بشأن النزعات ، والعمليات الداخلية ، مثل تغيير السلوك ، والتنافر الإدراكى ، أوحتى توقعات اجتماعية أو ثقافية معقدة . وبعبارة بسيطة ، يمكن أن توصف هذه الاستراتيجية بأنها : تعلم واعمل ، بالمقارنة بنهج تعلم ـ اشعر ـ اعمل ، ونهج تعلم ـ وافق ، اللذين نوقشا قبل ذلك .

وفى حين أن تعبير « استراتيجية إنشاء المعانى » قد يكون جديداً ، فإن النهج ذاته لا يكاد يعتبر جديداً . ومن الأمثلة الجيدة عن مدى الأهمية التى كانت لهذه الاستراتيجية

فى الماضى ، يمكن رؤيتها فى تغيير كبير حدث فى الإعلان عن السيارات فى منتصف العشرينيات ، فإن أصحاب مصانع السيارات مثل هنرى فورد ، ووليم ديورانت ، والإخوة دودج ، ووالتر كرايزلر ، وعشرات من الآخرين كانوا يستخدمون حتى ذلك الحين أسلوباً معقولاً إلى حد ما . فقد كانت صور إعلاناتهم تؤكد على المزايا الميكانيكية الموثوق بها ، والأمان ، والتوفير ، ومتانة منتجاتهم ، غير أن هذا قد تغير بين عشية وضحاها ، عندما اكتشف أحد الأصحاب الأوائل لمصانع السيارات استراتيجية إنشاء المعانى .

وتتعلق القصة بإدوارد س . جوردان مؤسس شركة سيارات جوردان ، وكان مصنعه ينتج طرازاً يسمى « بلاى بوى » وهى سيارة مكشوفة لا تغرى باقتنائها ذات صفات ميكانيكية رديئة نسبياً ، ولم تكن مبيعاتها جيده تماماً . وأدرك جوردان أنه لابد من عمل شىء ما . ثم حدث خلال صيف عام ١٩٢٣ أنه كان مسافراً فى عربته الخاصة فى السكك الحديدية من ديترويت إلى سان فرانسيسكو ، وبينما كان القطار يبطىء سرعته خارج إحدى المدن الغربية ، نظر إلى الخارج ، فشاهد منظراً أثاره إلى حد كبير . . كانت هناك فتاة جميلة تركض بجوادها إلى جوار القطار ، وكانت ذات بشرة سمراء لفحتها الشمس ، وذات قوام رياضى ، ويبدو أنها كانت متحررة ، بينما كان شعرها يتطاير خلفها بفعل النسيم . ولم يستطع جوردان أن يبعد عينيه عنها ، ولكنه استدار وسأل أحد مرافقيه عن المكان الذى يمران به ، فكان الرد : « إنه مكان ما غرب لارامى » .

وقد تأثر جوردان بالحادث كله ولاسيما العبارة التى رد بها مرافقه على سؤاله ، حتى أنه أمر رجال الإعلانات فى شركته أن يبدأوا فى الترويج لسيارته بطريقة جديدة . . وسرعان ما ظهرت فى الصحف والمجلات فى أرجاء البلاد إعلانات تظهر فيها سيارة تعلو وسط رسم كبير رومانسى المظهر ، تبدو فيه امرأة حسناء ترمح فوق صهوة جواد قوى وقد تطاير شعرها وراءها . . وجاء فى الإعلان :

> فى مكان ما غرب لارامى ، هناك فتاة فوق جواد جامح تمسك بزمامه ، تعرف ما أتحدث عنه . . لقد صنعت سيارة بلاى بوى من أجلها .
>
> إنها صنعت من أجل صبية لوحت الشمس وجهها بالسمرة ، عندما يكون اليوم ملائماً للشعور بالمتعة البالغة ، وفتاة حسناء تنطلق بسرعة كأنها فى سباق . . .
>
> هناك نكهة من الروابط حول هذه السيارة ـــ من الضحك والخفة والضوء ـــ لمحات

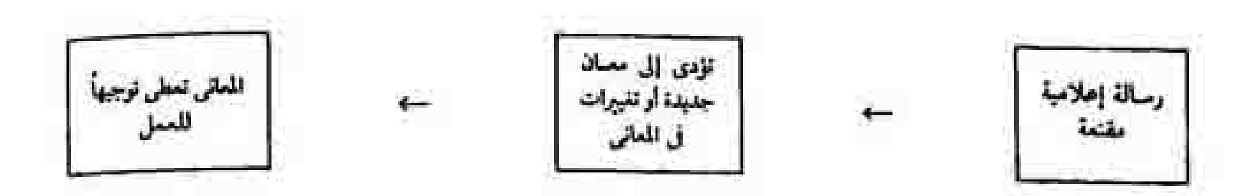
من قصص غرام قديمة ــ وسرج وسوط . . .
اركب « بلاى بوى » عندما يكون الوقت مملاً كئيباً .
ثم انطلق إلى أرض الحياة الحقيقية بروح الصبية الحسناء التى تمتطى جوادها الضامر
المشوق . . . إلى أفق الغسق الأحمر لوايومنج [١١] .

وهذا ما حدث ! لم تكن هناك أية معلومات عن قوة أحصنة السيارة ، أو عدد مقاعدها أو السلندرات ، أو طاقة استيعاب الحمولات ، أو حتى عدد عجلاتها . ولكن « المعنى » الذى أراده جوردان حقق ما كان يريده بصورة عالية وواضحة ، فقد كان فى المقام الأول مثيراً . . إن شراء سيارة بلاى بوى هو ارتباط بمعانى الضحك ، والحرية ، والمغامرة ، وربما مجرد لمحة من الجنس بلا حرج . وارتفعت مبيعات سيارة جوردان ارتفاعاً شديداً ، استمر فترة طويلة بعد أن أصبح تصميمها شيئاً ينبغى تحويله إلى خردة . وكما تكشف الرؤية العابرة للإعلانات التجارية فى التليفزيون المعاصر ، فإن الإعلان عن السيارات اعتمد على هذه الاستراتيجية بشكل عميق منذ ذلك الحين .

ومازال استخدام « المعنى » فى الحملات ، والإعلانات ، ومحاولات الإقناع الأخرى مستمرة بكل قوة ، ورأينا فى السنوات الأخيرة سيدة عجوز صغيرة الحجم وهى تتساءل : « أين لحم الضأن » لكى تهيىء الطريق لمعنى شطيرة معينة من الأطعمة السريعة ، كما يقال الآن إن الطائرات تحلق فى سموات « صديقة » وهناك منتجات معينة من الملينات ، ولعلاج حموضة المعدة « تعنى النجدة » ويبحث المرشحون السياسيون بسرعة عن تعبيرات موجزة أشبه بالشعارات ، تستطيع أن تضم معانى إيجابية إلى صورهم التى تنقلها وسائل الإعلام الجماهيرية (النظام الجديد ، النظام النظيف ، الحرب على الفقر ، المجتمع العظيم ، بدايات جديدة ، أفكار جديدة ، وما إلى ذلك) .

ويبدو أنه لن يكون من الضرورى تقديم رسم بيانى توضيحى لاستراتيجية إنشاء المعانى ، إذ أن افتراضاته أبسط كثيراً من تلك التى نوقشت من قبل . ومع ذلك ، فإن مثل هذا الرسم سوف تكون له المكونات التى تظهر فى الشكل ١٠ - ٣ .

فهل تنجح صيغة « تعلم - اعمل » هذه ؟ يبدو أن عالم الإعلان العملى يعتقد



شكل ١٠ - ٣ استراتيجية إنشاء المعانى للإقناع .

ذلـك . ومن جهـة أخـرى ، فإن المجـلات الفنية للعلوم الاجتماعية وبحوث وسائل الاتصال تقدم إجابات قليلة ، ورغم أصولها القديمة فإن البحوث التى أجريت على استراتيجيات إنشاء المعانى للإقناع كانت قليلة نسبياً .

لقد أظهر هذا الفصل أن الاستراتيجية الديناميكية النفسية للإقناع احتلت المسرح الرئيسى فى الإعلان ، والإعلام ، والحملات وأشكال أخرى من الإقناع طوال عقود عديدة ، غير أنـه وجهت مؤخـراً أسئلة جادة عما إذا كان ممكنـاً أن تسفـر عن نتـائج موثـوق بها أم لا . ويبـدو أحياناً أنها تنجح ، ولكنها لا تفعل ذلك فى أوقات كثيرة ، وليس هنـاك من يعرف سبب ذلك على وجه التعيين ، كما أن الاستراتيجيات الثقافية الاجتماعية من جهة أخرى ، لم تكن لها مثل هذه الشعبية قط ، سواء فى مصطلحات بحوث التنشيط ، أو كأساس للإعلانات الواقعية ، أو أى أشكال أخرى من وسائل الإعـلام للإقنـاع ، وهناك بعض أدلة على أنها يمكن أن تكون فعالة للغاية ، ولكن نجاحها قد يتطلب استخدام وسائل الإعلام إلى جانب الإقناع القائم على العلاقات بين الأشـخـاص ، وتبـدو هذه الاسـتراتيجية كثـيراً فى الإعلانات المعاصـرة ، ولكن لم يعرف بعـد ما إذا كانت تنجح بشـكل موثوق به فى إحـداث اسـتجابات مرغوب فيها .

وثمة شىء واحد واضح للغاية ، وهو أنه من العسير تكييف وتطبيق مبادىء يبدو أنها تميز قدرة محتـويات وسـائل الاتصال الجماهيرية فى التأثير على السلوك بطريقة غير متعمـدة إلى مهـام عملية ، مثـل بيع السلع ، والمرشحين ، أو سلوك يعمل لمصلحة المجتمـع . ورغم الجهود المكثفة التى بذلت لوضع أسس نظرية لاستراتيجيات إقناع فعالة ، فإنها مازالت أمراً مثيراً للحيرة .

الهوامش

1. See Gerald R. Miller, "Persuasion," in Charles R. Berger and Steven H. Chaffee, eds., *Handbook of Communication Science* (Newbury Park, Cal.: Sage Publications, 1987), pp. 446–83.
2. Victoria O'Donnell and June Kable, *Persuasion: An Interactive-Dependency Approach* (New York: Random House, 1982), p. 9. See also Charles U. Larsen, *Persuasion, Reception and Responsibility* (Belmont, Cal.: Wadsworth Publishing Company, 1986), p. 8
3. Marvin Karlins and Herbert I. Abelson, *Persuasion: How Opinions and Attitudes Are Changed* (New York: Springer Publishing Co., 1970), p. 2.
4. Miller, "Persuasion," pp. 447–48.
5. Leon Festinger, *A Theory of Cognitive Dissonance* (Stanford, Cal.: Stanford University Press, 1957).
6. John Phillip Jones, *What's in a Name? Advertising and the Concept of Brands* (Lexington, Mass.: D. Heath and Company, 1986), p. 141.
7. Jones, *What's in a Name?* p. 142.
8. Everett M. Rogers and J. Douglas Storey, "Communication Campaigns," in Berger and Chaffee, *Handbook*, p. 841.
9. Miller, "Persuasion," p. 453.
10. The incident and the significance of this change in advertising strategy are described at length in Robert Lacey, *Ford: The Man and the Machine* (New York: Ballantine Books, 1986), pp. 297–99.

الجزء ٣

وسائل الإعلام فى المجتمع المعاصر

الفصل ١١

نظرية تبعية نظام وسائل الإعلام

فى الفصول السابقة ، ناقشنا مجموعة متنوعة كبيرة من النظريات ، كما بحثنا روابطها مع نماذج نظرية مختلفة من علم الاجتماع وعلم النفس . ومن الواضح أن دراسة وسائل الاتصال الجماهيرية تعانى من وفرة فى النظريات ، وليس من عدم كفاية الصيغ التفسيرية ، وبينما كان الميدان آخذاً فى النمو ، كان هذا القدر الكبير من النظريات مقيداً ومثيراً للمشاكل . وقد استخدمت كل من النظريات التى بحثناها لتوجيه بحوث هامة فى وقتها ، أدت إلى فهم متزايد لتأثيرات وسائل الإعلام ، غير أنه لم يتضح تماماً أى النظريات المتنافسة تفسر بشكل أفضل هذه العلاقة بصورة كاملة ، فضلاً عن أن بعض النظريات يناقض بعضها بعضاً بصراحة ، إذ أن إحداها تقول إنه ستكون هناك تأثيرات فورية عامة ، مباشرة وقوية على أعضاء الجمهور من التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية ، بينما تقول أخرى أن مثل هذه التأثيرات ستكون طويلة الأجل ، وغير مباشرة ، ومختارة ومحدودة .

ويوجد عدم التماثل بين النظريات المعاصرة لوسائل الاتصال الجماهيرية ، حيث يركز كل منها على صور مختلفة من افتراضات مستقلة ، ومتغيرات تابعة . ومن ثم ، فإن كلاً منها يستخدم افتراضات مختلفة بوسائل فريدة لوضع تنبؤات عن الآثار على

الأشخاص والمجتمع . وعلى سبيل المثال ، فإن أحدها يركز على تأثير المعتقدات والمواقف والسلوك على مستوى الفرد ، بينما تحاول نظرية أخرى أن تفسر مصطلحات تقليدية مشتركة من المعانى وتأثيراتها على التنظيم الاجتماعى ، والمجتمع والثقافة .

ولهذا السبب ، سيكون أمراً غير منطقى وسابقاً لأوانه أن نفترض أن إحدى النظريات « صحيحة » أو حتى « كاملة » ، فى حين أن أخرى « خاطئة » تماماً أو ينبغى التخلى عنها ، إذ أن قاعدة البحوث الواسعة الضرورية للتعرف على « أفضل » نظرية مازال ينبغى تجميعها . والواقع أن الوقت مازال بعيداً ، قبل أن تبرز نظرية عامة واحدة فى وسائل الاتصال الجماهيرية ، يمكن تصنيفها ضمن فئة أكبر أو مبدأ عام ، أو توليف كل النظريات المنافسة ، مثلما فعلت نظرية أينشتين عن النسبية فى ميدان العلوم الطبيعية .

وفى نفس الوقت ، فإن كل الأساليب النظرية التى بحثت هنا تبقى تفسيرات محتملة قابلة للتطبيق على بعض أنواع تأثيرات وسائل الإعلام على الأقل ، وفى الوقت ذاته لا يمكن إنكار أن بعض النظريات السابقة تبدو الآن أقل جاذبية إلى حد كبير عما كانت عليه من قبل ، وسوف يتمسك علماء قلائل اليوم بأن نظرية « القذيفة السحرية » تقدم تفسيرات كافية عن كيفية تأثير وسائل الإعلام فى الناس ، فقد فشلت كل أدلة البحوث التى تجمعت فى تأييد مزاعمها . وكانت الصيغ السابقة قد بدأت بالمثل تصبح موضع شك . ومع ذلك ، فإن أغلب النظريات مازالت تعتبر مصادر لافتراضات بحوث هامة ، وإلى أن تُجمع بيانات مقنعة تماماً ، فإن الوقت لم يحن بعد لرفضها كلية .

ورغم عدد النظريات المتاحة فعلاً ، فإنه مازالت هناك حاجة إلى المزيد . وكما أشرنا قبلاً ، فإن أياً من النظريات الموجودة لم تظهر أنها تقدم تحليلاً كاملاً لكل تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية . والواقع أننا لسنا على ثقة حتى الآن من أن هناك أية تأثيرات موجودة فعلاً ! لقد كشف كل رأى نظرى جديد عوامل جديدة . فالنظريات السابقة ، على سبيل المثال ، تتجاهل الفروق الفردية ، والاجتماعية ، والآثار المختارة التى أحدثتها ، كما أن النظريات التى تؤكد التأثيرات المختارة لم تناقش تطبيع المجتمع على المدى الطويل . والنظريات التى انصبت على تأثيرات تطبيع المجتمع ، لم تحاول شرح دور وسائل الإعلام فى إنشاء المعانى ، والدور الذى قامت به هذه العملية فى تشكيل السلوك . ومن ثم ، فإن كل منظور نظرى جديد فتح آفاقاً جديدة بتوجيه اهتمام

البحوث إلى أنواع جديدة من متغيرات مستقلة وتابعة .

ولم تكتمل عملية الاكتشاف هذه بعد . وليس من غير المعقول أن نفترض أنه مازالت هناك تأثيرات من وعلى وسائل الإعلام الجماهيرية فى مجتمعنا لم يتم التعرف عليها بعد . ولهذا السبب ، فإن التطور النظرى يجب أن يواصل فحصه للخبايا وراء حدود فهمنا الحالى لعمليات وتأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية .

ومجاراة لهذا الموقف ، فإن هناك صيغة نظرية أخرى يمكن اقتراحها عند هذه النقطة ، هى نظرية نظام تبعية أو الاعتماد على وسائل الإعلام ، وهى نظرية معقدة ، تحاول أن تربط فى شكل واحد عدداً من الأفكار التى قدمنا دراسات أولية عنها فى فصول سابقة [1] . وهى تعتمد على كثير من الأمثلة النظرية العامة التى نوقشت فى الفصل (١) . ومن المناسب أن نبدأ مناقشتنا بإلقاء نظرة وجيزة إلى الوراء على سمات معينة للأمثلة العامة التى تكفل الجذور الثقافية لنظريات وسائل الاتصال الجماهيرية ، لأن هذه السمات تكفل أيضاً أساساً لنظرية تبعية أو الاعتماد على نظام وسائل الإعلام .

جذور نظريات تأثيرات وسائل الإعلام

تميل النظريات التى تتساءل عن التأثيرات العامة والفوية لوسائل الإعلام الجماهيرية إلى أن تقوم على أساس ثلاث صور مثالية نوقشت فى الفصل (١) ، هى : البناء الوظيفى ، والخلاف ، والمنظورات التطورية (الاجتماعية) . وهذه الصيغ كما أوضحنا غير مقصورة على دراسة وسائل الاتصال الجماهيرية ، فهى تستخدم على نطاق واسع بواسطة علماء الاجتماع لدراسة أية نظم اجتماعية أو عملية واسعة النطاق . ويستخدم علماء الاجتماع بوجه عام هذه الصور المثالية الثلاث باعتبارها هياكل نظرية لتحليلات أكبر ، أى لدراسة نظم اجتماعية واسعة النطاق ، كمجموعات رسمية أو بيروقراطية معقدة ، ومجتمعات بأسرها ، أو من أجل تقييم عمليات اجتماعية عامة جداً ، مثل الاستقرار والصراع والتغيير . وعلى سبيل المثال ، فإنه فى مناقشات المحاولات السابقة لوضع تفسيرات نظرية لتأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية (الفصل ٦) أجرى تحليل كبير عن طبيعة وأصول المجتمع « الجماهيرى » وقد اعتمد التحليل على عدة مفاهيم كبيرة للتركيب الاجتماعى ،

وعمليات التغير الثقافية والاجتماعية ، وتقديم « الصورة الكبيرة » لظروف الحياة الاجتماعية التى يعتقد أن وسائل الإعلام الجماهيرية الجديدة تكون فى أقوى حالاتها فيها . فقد استخدم دوركهايم مثلاً ، مثال البناء الوظيفى فى تحليله (الكبير) عن نتائج التعقيد الاجتماعى المتزايد ، وأوضح كيف أن التخصص المتزايد الذى يؤدى إلى تقسيم تميزى إلى حد كبير للعمل ، يؤدى إلى نقص توافق الرأى الجماعى ، وهو ما يسبب نقصاً فى الاتصالات الفعالة بين الأشخاص ، وزيادة الارتباك فيما يتعلق بالقواعد الموجهة للمجتمع . وقد أطلق على هذه الحالة اسم « الافتقار إلى الهوية » ، والتى تترك بدورها الأفراد من أعضاء مثل هذه الاجتماعات فى حالة تشويش نفسى (الافتقار إلى الهوية الشخصية) ، لأن مفاهيمها الذاتية للقواعد المجتمعية غامضة بالمثل . ومثل هذا الوضع يقلل الروابط الوثيقة والحميمة بين الناس ، ويقيد الآثار الهامة للاتصال بين الأشخاص ، ويترك مثل هؤلاء الأفراد معرضين بصورة متزايدة لتأثيرات من مصادر أخرى .

وقد اعتمد واضعو نظريات وسائل الإعلام الأولون على منطق دوركهايم فى صياغة الرأى القائل بأن خليطاً من التعقيد الاجتماعى ، وتوافق الرأى المحدود ، وعدم وجود قواعد ، والتشوش الشخصى ، والابتعاد النفسى أو العزلة ، هى العوامل التى يمكن أن تصنع وسائل اتصال جماهيرية قوية . والمعتقد أنه فى مثل تلك الظروف ، أو « الحشد المتعزل » فإنه يمكن إقناع الأشخاص بسهولة وتغيير مواقفهم بواسطة وسائل الإعلام . وهكذا ، فإن مثال البناء الوظيفى الذى يستخدم كمستوى كبير من التحليلات أدى إلى استنتاجات محددة حول طبيعة المجتمع ، وهذه بدورها قدمت استدلالات تتعلق بتفسير تأثيرات وسائل الإعلام .

وعلى النقيض ، فإن المستوى الصغير من التحليلات يهتم بوحدات محددة للغاية ، ويعنى ذلك عادة فى العلوم الاجتماعية الفرد . وفى حين أن علماء الاجتماع يركزون على الجماعات والمجتمعات ، فإن النظريات النفسية عن تأثيرات وسائل الإعلام تصاغ على المستوى الصغير ، مع التركيز على متغيرات وعمليات معينة تؤثر على الأفراد . وأكثر النظريات الصغيرة الشائعة ، متأصلة فى النموذج الإدراكى الذى نوقش فى الفصلين ١ و ٧ .

وهكذا ، تتجاهل النظريات النفسية عن تأثيرات وسائل الإعلام « الصورة

الكبيرة » الاجتماعية ، والطريقة التى تستطيع بها القوى الاجتماعية الطويلة الأجل ، أو الواسعة النطاق أن تؤثر على الأفراد بوساطة وسائل الاتصال الجماهيرية ، وهى أيضاً مقصورة على اختبارات للنتائج المباشرة نسبياً للتعرض القصير الأجل لمحتويات وسائل الاتصال الجماهيرية . وبطبيعة الحال ، فإن من أسباب جاذبية مثل هذا النهج ، أنه يسمح لواضعى النظريات والباحثين بالتركيز على متغيرات أكثر بساطة ، وأن يمارسوا سيطرة أكثر ، وأن يكونوا محددين للغاية . وأثر احتياجات الفرد والمواقف ، والقيم والمصالح على الكيفية التى يعرضون بها أنفسهم بشكل انتقائى لوسائل الإعلام ، وفهم محتويات الرسالة ، والاحتفاظ بالمعلومات بصورة انتقائية ، يمكن بحثها بدون أن يضطر المرء إلى بحث التأثيرات من النظم الاجتماعية التى يعيش فى داخلها الشخص (الفصل ٧) وبالمثل ، فإن النظريات الديناميكية النفسية ، للإقناع تهتم بعمليات نفسية داخلية تستطيع ، كما هو مفترض ، أن يجرى تنشيطها برسائل وسائل الإعلام لجعل الناس يشترون منتجات معينة ، أو يتصرفون بطرق أخرى مرغوب فيها .

ونظريات تأثيرات وسائل الإعلام المأخوذة من علم النفس الاجتماعى أكثر عمومية إلى حد ما ، فهى تضع فى حسبانها بالفعل ، على الأقل ، بعض العلاقات الاجتماعية التى تؤثر فى الناس ، مثل نظريات النتيجة الانتقائية (الفصل ٧) ونظريات التأثيرات غير المباشرة لوسائل الإعلام (الفصل ١٠) . ومثل هذا النهج ، يميل إلى الجمع بين عناصر النموذج الإدراكى وجوانب من نموذج البناء الوظيفى . وعلى سبيل المثال ، فإن عمليات التعرض الانتقائى ، والإدراك الحسى ، والاستبقاء ، تتجمع مع تأكيد البناء الوظيفى على الاستقرار والنظام . ويفترض فى هذه الحالة أن الأفراد يعيشون فى أوساط علاقات ثابتة بين الأشخاص ، وليس فى وسط اجتماعى غير مستقر من مجتمع جماهيرى . ويقال إن الشبكات الشخصية للأفراد وروابط الجماعة تزودهم بقواعد السلوك والمعتقدات الثابتة ، بالمقارنة لظروف افتقاد الهوية ، التى تعزلهم ضد التأثير الاعتباطى لوسائل الإعلام . وتجرى دراسة لمواقف وأشكال معينة من السلوك فى محاولة لإظهار أن هذه هى نتيجة التأثير بين الأشخاص ، وليس تأثير وسائل الإعلام . ويقوم النموذج المثالى الثقافى الاجتماعى للإقناع (الفصل ١٠) على أساس فكر مماثل ، فقرارات الفرد للتبرع لمنظمة ما ، أو شراء أحد المنتجات ، أو التصويت لأحد المرشحين ، كانت تفهم باعتبار أنها نتاج لكل من خصائص شخصيته (احتياجات ، مواقف . . . إلخ)

وضغوط اجتماعية ، للتوافق مع مجموعة ذات شأن ، وقواعد جماعة محلية .

وترتبط نظريات بناء المعانى التى بحثناها فى الفصل ٩ ارتباطاً وثيقاً بالصورة المثالية للتفاعل التبادلى الرمزى . وكما لاحظنا ، فإن صياغات من هذا النوع أخذت تشيع بصورة متزايدة فى دراسة آثار وسائل الإعلام ، ومثل هذا النوع من النظريات عن بناء المعانى تنسب إلى وسائل الإعلام قوة أكثر مما تنسبه نظريات التأثير الانتقائى ، رغم أنه يقال إن هذه القوة طويلة الأجل وغير مباشرة .

ولم تفلت حقيقة أن نظريات بناء المعانى تعزو قوة كبيرة لوسائل الإعلام من اهتمام مجموعة من دارسى وسائل الإعلام ، الذين يطلق عليهم أحياناً اسم « منظرون أو « نقاد » ، وهم يشيرون إلى أن استخدام وسائل الاتصال لتشكيل المعانى التى يشترك فيها الناس ، هى استراتيجية فعالة للغاية من أجل اكتساب سيطرة اجتماعية ، أو سياسية ، أو اقتصادية والاحتفاظ بها ، وهذه الفكرة لا تكاد تكون جديدة . والمثل القديم القائل أن القلم أقوى من السيف ، يتحدث عن الاعتقاد بأن كل من يسيطر على الأفكار ــ أى إنتاج المعرفة ــ تكون لديه إمكانية السيطرة على سلوك الناس ، دون أن يضطر إلى استخدام القوة ، ولو كان كارل ماركس يكتب اليوم لأعطى أهمية أكبر مما ينبغى دون شك لحقيقة أن وسائل الإعلام الجماهيرية تكفل فيضاً مستمراً من المعلومات التى يمكن أن تشكل المعانى ، وكان ماركس سوف يستنتج بلاشك أن أولئك الذين يملكون أو يسيطرون على وسائل الإنتاج الاقتصادية سوف يكونون مدفوعين بقوة للسيطرة على طبيعة ونشر وسائل الاتصال الجماهيرية كوسيلة للحفاظ على مصالحهم والإبقاء على مراكزهم المسيطرة ، ومن ثم ، فإن السيطرة على الوسائل الاقتصادية للإنتاج سوف يتطلب السيطرة على وسائل الإنتاج العقلية من أجل ترسيخ المعانى المناسبة لاستمرار ممارستهم للسلطة .

ولن يكون الأمر مثيراً للدهشة إذا اكتشف ماركس أن وسائل إعلامنا المعاصرة ــ الصحف ، المجلات ، الكتب ، الإذاعة ، الأفلام السينمائية ، والتليفزيون ــ كلها تتميز بأنماط متماثلة للملكية : سلاسل كبيرة ، ونقابات ، ومجموعات ، وشركات كبرى تمتلك وسائل الإعلام الأمريكية . إن عهد محرر وصاحب الصحيفة المحلية الفظ ، أو مؤسسة الكتب المملوكة لأسرة ، قد تلاشت فى التاريخ منذ وقت طويل . وفى نفس الوقت سيكون من الصعب حقاً فى مجتمع من أسواق معقدة تتميز بطابعها السكانى

والنفسى المتنوع ، أن يظهر أن الملكية المركزة تؤدى إلى أية سيطرة ذات شأن على المعتقدات والمواقف ، والآراء ، أو المعانى المشتركة بصورة واسعة فى مجتمعنا .

وسواء كان المرء مجتذباً أو رافضاً لتفسيرات ماركس ، فإن السيطرة على الإعلام يمكن أن تكون أمراً هاماً . ويبدو أنه ليس هناك شك كبير فى أن الإعلام الذى يستطيع أن يشكل المعانى هو مصدر خطير فى مجتمع اليوم لأغراض كثيرة معينة . وقد أظهرنا فى الفصل ١٠ كيف بذلت محاولات لتشكيل المعتقدات والسلوك ، لا فى السوق فحسب ، بل وعبر مجموعة مختلفة من المؤسسات الاجتماعية : فالاعتماد على سيطرة الإعلام يوجد أيضاً فى التعليم ، والحياة العائلية ، والدين ، والسياسة بصفة خاصة ، فالمرشحون لمنصب سياسى ، يناضلون باستمرار لإقناع الناس بأن آراءهم عما يجب عمله ، هى التفسيرات الذاتية الصحيحة للواقع والتى ستؤدى إلى أفضل النتائج . وثمة روابط تبعية مماثلة يمكن أن تفترض لمؤسسات اجتماعية أخرى . والواضح أن هناك حاجة لنظرية تضع هذه الارتباطات فى حسبانها .

وتتجه نظريات وسائل الاتصال المعاصرة إلى أن تكون على المستوى الصغير ، ولم تركز على التبعيات على مستوى كبير ، ويبدأ كل منها بافتراضات مختلفة ، تنشأ من شكلها الخاص ، أو فروضها الضمنية ، وتضم نمطاً معيناً من متغيرات مستقلة ، وتقدم تفسيرات وتنبؤات لمجموعة فريدة من متغيرات تابعة . وليس بينها ما هو خطأ تماماً ، ولكن ليس بينها بالتأكيد ما يشير إلى الطريقة التى ترتبط بها المكونات المختلفة للبنية الاجتماعية الكلية ، بوجود نظام وسائل إعلام مؤسسة بعمق داخل المجتمع . ومن ثم ، فإنه ، كما لاحظنا آنفاً ، هناك تحديد خطير فى الدراسة المعاصرة لوسائل الاتصال الجماهيرية ، بحيث أن محاولات قليلة بذلت لجمع النظريات معاً فى شكل أكثر تكاملاً . وتمثل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التى نوقشت فى بقية هذا الفصل مثالاً لهذه المحاولات .

صياغة تصور لعلاقات الاعتماد على وسائل الإعلام

من الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحياناً تأثيرات قوية ومباشرة ، وأحياناً أخرى تكون لها تأثيرات غير

مباشرة وضعيفة نوعاً ما . وتعتمد النظرية لكى تفعل ذلك ، على المسائل الرئيسية لكل من الصور المثالية العامة التى وضحت فى الفصل الأول ومنها : اهتمام البناء الوظيفى بالاستقرار الاجتماعى ، التركيز المتغير للمثال الخاص بالصراع ، والتأكيد على التكيف الاجتماعى للمثال التطورى ، والتركيز على إنشاء المعانى فى المنظور التبادلى للتفاعل الرمزى ، وتفسير العوامل الفردية (البواعث ، القيم ، المواقف ، والسلوك من النموذج الإدراكى) .

وهناك طريقة لوصف نظرية الاعتماد على نظام وسائل الإعلام ، وهى القول بأنها نظرية « بيئية » (فى المعنى الأصلى للتعبير) : فهى تركز على العلاقات بين النظم الصغرى ، والمتوسطة ، والكبيرة ومكوناتها ، فالنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً ، وهى تبحث فى كيف أن أجزاءً من نظم اجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر ، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات . والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءً هاماً من النسيج الاجتماعى للمجتمع الحديث ، وقد اعتبر أن لها علاقات بالأفراد ، والجماعات ، والمنظمات ، والنظم الاجتماعية الأخرى . وقد تكون مثل هذه العلاقات تتسلط عليها الصراعات ، أو تكون متعاونة ، وقد تكون ديناميكية ومتغيرة ، أو ساكنة ومنتظمة ، كما أنها قد تتراوح بين أن تكون مباشرة وقوية ، وبين أن تكون غير مباشرة وضعيفة ، وكيفما كانت التفاصيل المميزة لهذه العلاقة ، فإنها هى العلاقة التى تتحمل عبء التفسير .

وكما يوحى اسم النظرية ، فإن العلاقة الرئيسية ، التى يقوم عليها منطق هذا النهج ، هى علاقة تبعية . وقد تكون هذه العلاقات مع نظام وسائل الإعلام بشكل إجمالى ، أو مع أحد أجزائه ، مثل صناعات التليفزيون ، أو الإذاعة ، أو الصحف والمجلات .

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على الأهداف من جهة ، والمصادر من جهة أخرى . والواقع أن جانباً مما يعنى أن تعيش فى مجتمع ، هو أنه من أجل أن يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات الكبرى أهدافها الشخصية والجماعية ، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو نظم أخرى ، والعكس بالعكس . ويعتبر نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يسيطر على ثلاثة أنواع من « تبعية ـ توليد » مصادر المعلومات ، يجب على الآخرين أن يحصلوا عليها من أجل بلوغ

أهـدافهم . والمصـدر الأول هو جمع أو خلق المعلومات ، فالمخبرون الصحفيون مثلاً يجمعون المعلومات والأحداث التى نحتاج إلى معرفتها أو نهتم فقط بمعرفتها ، وكتاب السينـاريو يوجـدون معلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية ، تتيح لنا إشباع هدف اللعب أو المرح مع أشخاص آخرين بالذهاب إلى دور السينما . والمصدر الثانى هو تنسيق المعلومات ، ويشير إلى تحويل المعلومات غير المنقحة التى تم جمعها أو خلقها . فرئيس التحـرير مثـلاً ينسق معلومات المخبر الصحفى غير المصقولة بحيث يمكن أن توضع بصورة مناسبة فى قصة صحفية ، والمخرج ينسق المعلومات التى خلقها الكاتب السينمائى ويجعـل منهـا فيلماً . والمصدر الثالث الذى يسيطر عليه نظام وسائل الإعلام هو نشر المعلومات أو القدرة على إخراج المعلومات إلى جمهور كبير . والوظيفة الأساسية لمنسق أخبـار التليفـزيون ، مثلاً ، هى إذاعة المعلومات التى جمعها المخبر ونسقها المحرر ، وعمل موزع الأفلام هو تقديم الفيلم الذى ابتدعه وعالجه الكاتب السينمائى إلى الجمهور الذى يذهب لمشاهدة الأفلام السينمائية .

ويستخدم مصطلح « المعلومات » هنا بوجه عام للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنواع الـرسـائـل ، وإلى أن الفـروق التقليدية التى توحى بأن « الأخبـار » شىء يتعلق بالمعلومات ، فى حين أن « التسلية » ليست كذلك ، فهى فروق مضللة . وتفترض مثل هذه الفـروق أن النـاس يجمعون شيئاً فشيئاً المعلومات التى توجه إنشاءهم للمعانى وأعمالهم بصفة أساسية من الأخبار . وهناك قيدان هامان على الأقل لهذا الأسلوب من التفكير : الأول أنه يتجاهل الطرق التى يستخدم بها الأشخاص محتويات التسلية لفهم أنفسهم وعالمهم ، أو العوالم الكبرى ، التى تتجاوز تجربتهم المباشرة ، ولتوجيه أعمالهم وتفـاعلاتهم التبادلية مع الآخرين . وقصر فكرة المعلومات على الأخبار مثلاً ، سوف يوحى بأن ما يتعلمه الناس من التسلية ليست له أية نتائج هامة على المعانى التى ينشئونها ويتصرفون بموجبها ، أو على تطبيعهم للمجتمع .

ثانياً : بإبعـاد التسلية عن دنيا المعلومـات ، فإننـا نقلل دور اللعب فى الحياة الشخصية والاجتماعية . ورغم الحكمة النفسية والإنسانية المناقضة لذلك ، فإن اللعب بصفة عامة ، يعامل بشكل خاطىء وكأنه بعد غير هام من الدوافع الإنسانية . ومع ذلك ، فإن التسلية تصبح أمراً جاداً فى كثير من الجوانب الهامة ، فهى على سبيل المثال شىء جاد فى تنمية الطفل (مثلاً : اكتسـاب اللغـة ، وتكوين الهوية) وفى شكل

الطقوس ، والمسابقات ، والاحتفالات التى تسهم فى التضامن الاجتماعى . ولهذه الأسباب ، فإننا نفضل المفهوم الأوسع للمعلومات ، الذى يعتبر أن كل الرسائل لها إمكانية التأثير على الكيفية التى يفكر ويشعر ويتصرف بها الناس .

الطبيعة ذات الاتجاهين لعلاقات الاعتماد على وسائل الإعلام

تكمن قوة نظام وسائل الإعلام فى سيطرته على مصادر معلومات نادرة يعتمد الأفراد ، وكذلك المجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية والمجتمعات ، عليها لتحقيق أهدافهم . وعلاقة التبعية للأهداف / المصادر ، تحدد القدر المناسب من سلطة وسائل الإعلام فى أى موقف معين ، وهى المتغير الأساسى فيما إذا كان السؤال الذى ينبغى توجيهه سيكون عن الوحدات الاجتماعية (الكبيرة) أو الوحدات (الصغيرة) .

وعلاقة التبعية هذه ليست ذات اتجاه واحد ، إذ أن قوة التعادل لا تتضمن كيف يعتمد الآخرون على مصادر الإعلام لا لتحقيق أهدافهم فحسب ، بل وكيف يعتمد نظام وسائل الإعلام أيضاً على المصادر التى يسيطر عليها الآخرون ، كما أن لنظام وسائل الإعلام أهدافاً أيضاً ، ولبلوغ هذه الأهداف يلزمه الوصول إلى أكثر من مجرد المصادر الخاضعة لسيطرته . ومن الممكن فهم نظام وسائل الإعلام فيما يتعلق بالعلاقات بين أجزائه العديدة بما فى ذلك الأشكال المطبوعة (مثل الصحف) والالكترونية (مثل التليفزيون) . وكل منظمات وسائل الإعلام التى تشترك فى جمع وخلق وتنسيق ونشر المعلومات (مثل : وكالة الأسوشيتد برس ، والمعلنين ، أو شركات الإنتاج) ، والاتحادات المهنية ، ونقابات العمال ، وغيرها من المنظمات التى تشترك فى صنع منتجات الاتصال الجماهيرية .

ولتوضيح طبيعة علاقات الاعتماد على نظم وسائل الإعلام ذات الاتجاهين ، يمكننا أن ننظر إلى العلاقات بين نظام وسائل الإعلام والنظام السياسى . وبأسلوب يذكرنا بالصورة المثالية للبناء الوظيفى ، فإننا نطلق على العلاقة التى بين نظام وسائل الإعلام والنظام السياسى (أو أى نظام آخر) والنظام الاجتماعى مصطلح « علاقة تبعية بنائية » ، لأنها تتعلق بأنماط متكررة للاعتماد المتبادل بين وحدات التحليل الكبيرة - وهى فى هذه الحالة النظم الاجتماعية .

وبعض المصادر ، التى تحت سيطرة النظام السياسى ، ضرورية لتحقيق أهداف نظام وسائل الإعلام . والواقع أن الهدف الأول لنظام وسائل الإعلام فى المجتمعات الرأسمالية الحديثة هو الحصول على الربح (الفصل ٥) . وهناك هدف آخر هام هو الشرعية ، أو استعداد الآخرين لمنح وسائل الإعلام الحق فى حريات معينة ، مثل حرية الصحافة ، والحق فى القيام بأدوار اجتماعية معينة ، كأدوار المراقبة ودور المحقق . وتشمل الأدوار الأخرى التوسع الاقتصادى والاستقرار . ويسيطر النظام السياسى على التشريع ، والوكالات التنظيمية ، وسياسات الرسوم الجمركية والتجارة التى تؤثر على الأرباح ، وتوسيع الفرص والاستقرار الاقتصادى لنظام وسائل الإعلام ، كما أنه يسيطر أيضاً على المصدر القانونى الأكثر دقة ، ويساعد النظام السياسى نظام وسائل الإعلام بمنحه حقوقاً دستورية وقانونية للعمل كنظام للمعلومات ، على أساس أن وسائل الإعلام ضرورية لإرشاد المجتمع الديمقراطى ، وأن حرمان نظام وسائل الإعلام من الوصول إلى هذه المصادر سوف يجعل استقراره ومصلحته الاقتصادية معرضين للخطر بشدة .

إن علاقة الاعتماد المبنية بين وسائل الإعلام والنظم السياسية ، سوف يجرى بحثها بتوسع ، فى أقسام تالية ، عند مناقشة إسهامات البناء الوظيفى ، والصراع ، والأمثلة التطورية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام . ومن المفترض بوجه عام أن القدر النسبى من قوة نظام وسائل الإعلام تجاه أى نظام اجتماعى آخر ، سواء كان سياسياً أو اقتصادياً أو دينياً أو عائلياً أو تعليمياً أو عسكرياً أو ترفيهياً أو قانونياً ، هو نتاج توزيع المصادر واعتماد كل نظام على الآخر (أى علاقة التبعية البنائية) . ومن فوائد نظرية الاعتماد على نظام وسائل الإعلام ، أننا نستطيع أن نستخدم نفس المفاهيم الأساسية التى تنطبق على العلاقات الكبيرة المجردة بين النظم لبحث العلاقات الأكثر تحديداً (والصغيرة) بين الأفراد ووسائل الإعلام الجماهيرية .

الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام

إن الأفراد ، مثل النظم الاجتماعية ، ينشئون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام ، لأن الأفراد توجههم الأهداف ، وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها

الفهم	التوجيه	التسلية
معرفة الذات - مثل : التعلم عن ذات المرء ، والنمو كشخص	توجيه العمل مثل : أن تقرر ماذا تشترى وكيف تلبس ثيابك أو كيف تحتفظ برشاقتك	التسلية المنعزلة مثل : الاسترخاء عندما تكون بمفردك أو لديك شىء تفعله بنفسك
الفهم الاجتماعى مثل : معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها	توجيه تفاعل تبادلى مثل : الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة	التسلية الاجتماعية مثل : الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأسرة أو الأصدقاء

شكل ١١ - ١ دراسة نمطية لعلاقات الاعتماد على نظام وسائل الإعلام الفردية .

وسائل الإعلام الجماهيرية . وقد قدمنا أنواع علاقات الاعتماد التى ينشئها الأفراد مع وسائل الإعلام بأمثلة فى الشكل ١١ - ١ ونحن نفترض أن البقاء أو النمو من الدوافع الإنسانية الرئيسية ، تدفع الأفراد إلى تحقيق ثلاثة أهداف هامة هى : الفهم ، والتوجيه ، والتسلية . والواقع أن المخلوقات البشرية مدفوعة لفهم أنفسها وبيئاتها الاجتماعية ، وهى تستخدم هذا الفهم فى توجيه أعمالها وتفاعلاتها المتبادلة مع الآخرين . وتعتبر التسلية هدفاً جوهرياً على حد سواء ، فهى سمة لكل المجتمعات ، وهى أكثر من مجرد وسيلة تهرب أوتخلص من التوتر ، كما أنها أيضاً وسيلة لكى نصبح « اجتماعيين » ونتعلم الأدوار والقواعد والقيم بالتسلية مع الآخرين ، علاوة على أننا نعبر ، فى لهونا ، عن أنفسنا وثقافاتنا ، مثلما يحدث فى الرقص والرياضة والطقوس والاحتفالات .

وتنشأ تبعيات الفهم الاجتماعى عندما يستخدم الأفراد مصادر معلومات وسائل الإعلام لفهم وتفسير الأشخاص والثقافات ، وأحداث الماضى والحاضر والمستقبل . وتشير معرفة الذات إلى علاقات وسائل الإعلام التى توسع قدرات الأفراد أو تحافظ عليها لتفسير معتقداتهم وسلوكهم ومفاهيمهم الذاتية أو شخصياتهم . وتعد مسائل المعانى والمعرفة أساسية لتبعيات الفهم ، بحيث يكون هدف الفهم أمراً خارجياً بالنسبة للفرد فى حالة الفهم ، وداخلياً فى حالة معرفة الذات . ومن الأمور الرئيسية لتبعيات التوجيه « مسائل السلوك » . ويشير توجيه العمل إلى عدد وفير من الطرق التى يقيم فيها الأفراد علاقات اعتماد على وسائل الإعلام ، من أجل الحصول على توجيهات لسلوكيات معينة

لأنفسهم . وبعض السلوكيات الدنيوية تتعلق بأحداث الحياة اليومية ، من الاستيقاظ فى الصباح ، وعمل أشياء معينة طوال اليوم ، والتوجه للرقاد فى الليل . وهناك تأثيرات أخرى أكثر أهمية مثل (الاقتراع) السياسى ، والاقتصادى (شراء منزل) والدينى (تأييد أو معارضة النشاط الدينى من بعيد) أو قانونى (الذهاب إلى محاكم المطالب الصغيرة) أو طبى (التمرينات الرياضية أو الإقلاع عن التدخين) أو سلوكيات لحل مشاكل الأزمات (مكافحة كارثة طبيعية) . وتتطلب تبعيات توجيه التفاعل التبادلى أن يكون هدف العمل شخصاً أو أكثر . وعندما يحصل الأفراد شيئاً فشيئاً على معلومات وسائل الإعلام عن أنواع السلوك (بما فى ذلك سلوك التخاطب) المناسبة أو الفعالة فى علاقاتهم الشخصية (المحبون ، الأنسباء ، أو الأبوان) أو إزاء شاغلى مناصب اجتماعية أو مهنية (صاحب عمل ، أو رجال تنفيذ القانون ، أو رجال الدين) ، فإنهم يظهرون تفاعلاً تبادلياً قائماً على التوجيه ونتيجة لاعتمادهم على وسائل الإعلام . وهناك مثال آخر مألوف من هذا النوع من التبعية وهو يحدث عندما يتوجه الأفراد إلى الإعلام للحصول على دلالات عن كيفية التصرف حيال « جماعات خارجية » مثل المجموعات العرقية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو المعوقين ممن ليست لهم تجربة كبيرة أو اتصال معهم .

وأخيراً ، فإن نفس التمييز بين السلوك الشخصى إزاء السلوك الاجتماعى يحدث مع أنواع من تبعيات التسلية ، وتشير تبعية التسلية المنعزلة إلى حالات تكون فيها محتويات الإعلام من تذوق الجمال أو المتعة ، والتنشيط ، أو خواص الاسترخاء ، هى ذاتها عنصر الجاذبية . وقد يكون هناك أشخاص آخرون حاضرين ، ولكن وجودهم يكون ثانوياً بالنسبة لنا . على سبيل المثال ، عندما يستمع المرء إلى سيمفونية أو يشهد فيلماً سينمائياً . وعلى النقيض من ذلك ، فإن علاقة التبعية فى التسلية الاجتماعية تقوم على أساس قدرة وسائل الإعلام على أن تقدم محتويات تحث على التسلية بين الأشخاص . وفى هذه الحالة تكون المحتويات ثانوية بالنسبة للأصدقاء ، أو الأسرة ، أو غيرهم من المجتمعين معاً كشركاء مشاركين فى سلوك إعلامى . وعلى سبيل المثال ، فإن شخصين على علاقة غرامية فى بدايتها قد يذهبان إلى دار للسينما ، حيث تكون نوعية الجمال الفنى فى الفيلم أقل أهمية من ذهابهما معاً .

ومن حقائق الحياة « الاجتماعية » أن الفهم والتوجيه واللعب لا يمكن تحقيقها بسهولة بدون الوصول إلى مصادر الآخرين ، والإعلام هنا واحد من المصادر الأكثر

جوهرية . وقد رأينا فى الفصل ١ أن من يتمتعون بالسلطة يميلون إلى السيطرة على منافذ الوصول إلى مصادر المعلومات الرئيسية ، كاللغة المكتوبة والكتب ، أو تقييد الوصول إليها ، أو جعل هذه المصادر قليلة ، ومن ثم ترتفع قيمتها . وفى المجتمعات السابقة على المجتمعات الحديثة ، حيث لم يكن هناك أى نظام لوسائل الإعلام ، فإن مصادر المعلومات الأكثر قيمة ، وبالتالى النادرة ، كانت عادة تحت سيطرة الزعماء فى المجال السياسى / العسكرى (زعماء القبائل والملوك ـ على سبيل المثال) وفى المجال الدينى / الطبى (الكاهن الذى يعالج المرض بالسحر ، وطبيب القبيلة) أو نظم القرابة (الكهول) . وفى المجتمعات الحديثة الأخرى ، تسيطر وسائل الإعلام على بعض مصادر المعلومات النادرة ، وهى تشمل المعلومات التى يطلبها الأفراد لتحقيق فهمهم الأساسى ، وتوجيهاتهم ، وأهداف لعبهم . وإلى حدٍّ ما ، فإننا ، لهذا السبب ، نتصور وسائل الإعلام عادةً باعتبارها نظاماً للمعلومات ، كما أننا نفترض كذلك أنه مهما كانت القوة التى لوسائل الإعلام ، من حيث تأثيراتها على المعتقدات والمدارك الحسية وسلوك الأفراد ، فإنها ، فى التحليل الأخير ، نتيجة للسيطرة على مصادر المعلومات القليلة والمرتفعة القيمة . وكمسألة عملية ، سيكون الأمر أكثر صعوبة بالنسبة للأفراد لكى يحققوا كل فهمهم ، وتوجيهاتهم ، وأهداف تسليتهم بدون الوصول إلى معلومات وسائل الإعلام .

ومع ذلك ، فإنه ينبغى ألا نبالغ فى أهمية وسائل الإعلام الجماهيرى ، فهى تجعل بالفعل تحقيق الفهم والتوجيه وأهداف التسلية أكثر سهولة . ولكنها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغ هذه الأهداف ، فالأفراد يتصلون فى نهاية الأمر بشبكات داخلية من الأصدقاء والأسرة ، وكذلك بنظم تربوية ودينية وسياسية ، وغيرها ، تساعد الناس أيضاً على بلوغ أهدافهم . ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لا تشارك فكرة المجتمع الجماهيرى فى أن وسائل الإعلام قوية لأن الأفراد منعزلون بدون روابط جماعية . والأصح أنها تتصور أن قوة وسائل الإعلام تكمن فى السيطرة على مصادر معلومات معينة تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية . وذلك علاوة على أنه كلما زاد المجتمع تعقيداً ، زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التى تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام .

والدراسة النمطية المقدمة فى الشكل ١١ - ١ ، تستهدف جذب الانتباه إلى مجال العلاقات الأساسية للاعتماد التى ينشئها الأفراد ، بصورة فردية أو جماعية ، بين

الجماهير ، كما أنها يجب أن تكون صالحة للتطبيق أيضاً على فئات اجتماعية من الأفراد . فالرجال والنساء (مثلاً) ، يمكن أن يسعوا إلى بلوغ أنواع مختلفة من الأهداف من خلال علاقاتهم مع وسائل الإعلام ، والأشخاص المتقدمون فى السن يمكن أن يعتمدوا على وسائل الإعلام بالنسبة للتسلية المنعزلة بشكل أكثر مما يفعلون بالنسبة للتسلية الاجتماعية التى قد تسيطر على علاقات الأشخاص ، الذين فى سن المواعيد الغرامية ، مع وسائل الإعلام . وكذلك نستطيع أن نتوقع العثور على نوع من الفروق الفردية التى يعنى بها علماء النفس وبعض الأفراد الذين ينتسبون إلى وسائل الإعلام بصورة أولية ، وذلك من أجل التسلية ، أو من أجل الفهم ، أو من أجل التوجيه . وعلى أية حال ، فإننا نستطيع أن نستخدم نفس الدراسة النمطية ، ونفس مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام ، لوصف وتحليل جماهير بأسرها ، وفئات اجتماعية ، وأفراد .

ويمكننا أيضاً استخدام هذه الدراسة النمطية لوصف تبعية علاقات الأفراد بوسيط معين ، فقد تعتمد الجماهير مثلاً بشدة على الكتب أو المجلات للفهم الاجتماعى (مثل القصص غير الخيالية) أو لمعرفة الذات (كتب علم النفس الشعبية) . وقد يصلون إلى الاعتماد على الإذاعة ، بشكل أكثر ، للتوجه للعمل (نشرات المرور والأحوال الجوية) أو للنشاط الداخلى (عروض الحديث عن الحب والجنس) ، غير أننا لا نتوقع أن يسبب نوع واحد من الوسائل الجماهيرية نوعاً واحداً فقط من علاقة الاعتماد . والحقيقة أن بول روكيتش ، وروكيتش ، وجروب [٢] ، وجدوا أن التليفزيون مشترك فى كل أنواع الاعتماد الواردة فى الشكل ١١ - ١ ولم يكن مثيراً للدهشة أنهم وجدوا أن تبعية معرفة الذات ، هى الأخرى ، مهمة للغاية . وتوحى هذه النتائج بأمر هام بشأن علاقات جماهير الأفراد مع التليفزيون ، فالأشخاص يسعون لتحقيق أكثر من مجرد التسلية من خلال استخدام التليفزيون . ولدى وسائل الإعلام التليفزيونية مصادر المعلومات التى يرى الأفراد أنها ضرورية لتحقيق الفهم ، والتوجيه ، وأهداف التسلية أيضاً .

وبالإضافة إلى استخدام الدراسة النمطية للاعتمادية فى وصف علاقات الأفراد بنظام وسائل الإعلام بوجه عام ، أو مع وسيط معين ، فإننا نستطيع أيضاً استخدام الدراسة النمطية لوصف علاقات الاعتمادية التى لها مع منتجات إعلامية معينة ، مثل نوع من البرامج التليفزيونية ، أو حتى برنامج تليفزيونى خاص ، أو فيلم أو مجلة . فالباحثون ، مثلاً ، يحاولون تحديد أنواع الاعتمادية التى قد ينشئها مشاهدو برامج

المشتريات المنزلية [٣] ، إذ أن اكتشاف مثل هذه العلاقات الاعتمادية يمكن أن يكفل إدراكاً لكيفية إدخال أشكال جديدة فى حياة الأفراد .

وينشىء الأشخاص النظم الخاصة لوسائل إعلامهم ، إذ أن الناس يجمعون تكويناتهم المعينة من بين البدائل العديدة المتاحة لهم ـ الصحف ، والإذاعة ، والتليفزيون ، وأفلام الفيديو وأفلام دور السينما ، والأسطوانات المضغوطة وأجهزة الاستيريو ، والكتب ، والمجلات ، والنشرات الإخبارية الخاصة ، والمنشورات ، وما إلى ذلك ـ وينشئون علاقاتهم الخاصة مع هذه الوسائل الإعلامية [٤] . ولا يختلف الناس فى تكوينات وسائل الإعلام التى تشكل نظم وسائلهم الإعلامية فحسب ، بل وأيضاً فى طبيعة علاقات الاعتماد التى يقيمونها مع أى وسيط . فالإذاعة ، مثلاً ، قد تكون جزءاً من نظم وسائل الإعلام لبعض الأشخاص دون أشخاص آخرين ، وقد تستخدم تبعيات الفهم الاجتماعى بصورة رئيسية للبعض ، والاعتماد على التسلية بصورة رئيسية لآخرين . وهناك متغيرات فى المواقف يمكن التنبؤ بها أيضاً ، إذ أن نظام وسائل الإعلام الذى نكونه لأنفسنا يتغير مثلما يتغير الموقف الذى نجد أنفسنا فيه . ففى خلال إحدى الأزمات مثلاً ، نكوّن نوع نظام وسائل الإعلام الذى يخدم الأهداف الشخصية بصورة أفضل ، والتى تكون أكثر أهمية فى حينها . وعندما تنتهى الأزمة ، فإننا قد نعود إلى نظم وسائل إعلامنا اليومية ، ونعيد إنشاء علاقات اعتمادنا على وسائل الإعلام بحيث تتيح هذه العلاقات بلوغ أهدافنا اليومية .

ولا ينبغى أن نبالغ فى حرية الأفراد فى إنشاء نظم لوسائل الإعلام ، فهناك قيود على الاختيارات التى يمكن وضعها ، والقيود المشتركة تفسر حالات التماثل بين نظم وسائل الإعلام الفردية ، كما أن الاختلافات التكنولوجية والتنظيمية بين وسائل الإعلام تجعل بعض وسائل الإعلام أفضل ملاءمة من غيرها من أجل التسلية أو الفهم أو التوجيه . وعلى سبيل المثال ، فإن من طبيعة صناعة الأفلام السينمائية ونشر الكتب أن الأفلام والكتب أقل مسايرة للعصر من التليفزيون والإذاعة ، وهذا الفرق يضع قيوداً هامة على فائدة الأفلام والكتب لتحقيق الأهداف اليومية ، أو أهداف الأزمات التى تتطلب معلومات فورية . وهناك قيد آخر هام يشكل حدوداً عامة فاصلة لنظم وسائل الإعلام الفردية ، وهو اتجاه وسائل الإعلام إلى التخصص فى المحتويات ، وهى تخصصات تؤثر فى أنواع الأهداف التى يمكن أن تخدمها ، فالتركيبة الخاصة للموسيقى والأخبار ،

وتقارير المرور والجو ، وبرامج الدردشة ، يحتمل أن تقترح « الراديو » فى حين أن إعلانات مواد البقالة ، والسيارة ، والملابس ، والأجهزة المنزلية ، إذا اجتمعت مع الأخبار ، فإنه يحتمل أن تقترح « الصحف » . وكذلك تختلف وسائل الإعلام من حيث تنوع المحتويات التى تنتجها ، وقد تخصصت تسجيلات الفيديو والأسطوانات المضغوطة إلى حد كبير فى المحتويات ، بينما يعتبر التليفزيون والكتب متنوعة للغاية .

وهكذا يختلف الأفراد فى نظم وسائل الإعلام التى يستخدمونها لأن لهم أهدافاً ومصالح مختلفة ، ولكن الخصائص التنظيمية والتكنولوجية والمحتويات فى وسائل الإعلام المختلفة تقيد فى نفس الوقت اختيار الفرد . وهذه القيود تؤدى إلى التماثل فى نظم وسائل إعلامهم ، وفضلاً عن ذلك ، فإنه بينما يمكن أن يختلف الأفراد فى أهدافهم الخاصة ، فإنهم يميلون أيضاً إلى الاشتراك فى بعض الأهداف الخاصة . ومن ثم ، فإنهم يسهمون أيضاً فى الحقيقة فى حالات التماثل بين نظم وسائل إعلامهم ، فبعض الناس مثلاً لهم « ولع بالأخبار » ، فهم يريدون فقط معرفة ماذا يجرى فى كل الأوقات ، فى حين أن الغالبية تقنع بمعرفة الأخبار عند الاستيقاظ من النوم ، أو العودة إلى المنزل من العمل . ومع ذلك ، فإن كلا النوعين من الأفراد يشتركون فى هدف معرفة بيئاتهم . ومن ثم ، فإنه سيكون عليهم استخدام واحدة من مجموعة محددة من وسائل الإعلام الجماهيرية ــ الصحف ، التليفزيون ، أو الإذاعة ــ بالمقارنة بالأفلام السينمائية أو تسجيلات الفيديو ، والأسطوانات المضغوطة ، أو أجهزة الاستيريو . والواقع أن حقيقة أن أكثر من ٧٠٪ من الشعب الأمريكى يقولون أنهم يحصلون على أغلب أخبارهم القومية من التليفزيون ، توحى بتماثل كبير فى هذه الخاصية على الأقل فى النظم التى يفضلها الأشخاص من الوسائل الإعلامية .

النماذج الأساسية ونظرية الاعتماد على نظام وسائل الإعلام

كما لوحظ من قبل ، هناك عدد من الأمثلة الأساسية لوضع مفاهيم عن السلوك البشرى والعلاقات الاجتماعية التى وضحت فى (الفصل ١) تقدم أساساً هاماً لنظرية الاعتماد

على نظام وسائل الإعلام ، وتتحدث الأقسام التالية عن بعض الطرق التى تقدم بها الاهتمامات الرئيسية للأمثلة الإدراكية ، والتفاعل التبادلى الرمزى ، والصراع . والواقع أن أمثلة البناء الوظيفى تكفل منظورات لتفسير أنماط من الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام ، والمجتمع .

إسهامات النموذج الإدراكى

إننا نهتم بأكثر من مجرد وصف ما يعتمد عليه الأفراد ، إذ أننا نهتم أيضاً بتوضيح كيف تساعدنا علاقات الاعتماد هذه فى تفسير آثار التعرض لرسائل وسائل الإعلام الخاصة بمعتقدات وسلوك الفرد ، وهو اهتمام مركزى بالنسبة لأولئك الذين يستخدمون نهجاً إدراكياً لتفسير تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية على جماهيرها . ففى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، يعد المفتاح لتفسير متى ولماذا يعرض الأفراد أنفسهم لوسائل الإعلام ، وتأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم وسلوكهم ، تفسيراً للطرق التى يستخدم بها الناس مصادر وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم الشخصية .

والأشخاص الذين أقاموا علاقات اعتماد على التليفزيون ، لتحقيق تفاهم اجتماعى على سبيل المثال ، عليهم أن يختاروا أنواعاً مختلفة من البرامج التليفزيونية ، وذلك بخلاف أشخاص يعتمدون أساساً على التليفزيون من أجل التسلية ، أو إذا كان هناك شخصان يشاهدان نفس البرنامج التليفزيونى ، أحدهما لكى يحقق أهداف فهم بشكل أساسى ، والآخر لتحقيق أهداف تسلية ، فإنهما يجب أن يحصلا على أشياء مختلفة من البرامج ، وبالتالى يتأثران بها بطرق مختلفة . وفى دراستهم لآثار التعرض لبرنامج تليفزيونى يستهدف التأثير على معتقدات سياسية وسلوكية ، قدمت بول روكيتش وزملاؤها [*] أدلة تؤيد هذه الطريقة من التفكير عن التعرض الانتقائى وآثار وسائل الإعلام ، حيث وجدوا أن الأشخاص يختارون بالفعل تعريض أنفسهم على أساس علاقات اعتمادهم الراسخ على التليفزيون ، وأن المشاهدين الذين لديهم أنواعاً معينة من علاقات الاعتماد ، كانوا يتأثرون بشكل مختلف عن أولئك الذين ليست لديهم هذه الأنواع .

إن نظرية الاعتماد على نظام وسائل الإعلام تتصور عملية نفسية إدراكية تزيد

احتمالات أن يتأثر المرء بمحتويات معينة لوسائل الإعلام ، مثل برنامج أو قصة ، أو نوع من البرامج أو القصص . والعملية الموضحة بطريقة بيانية فى الشكل ١١ - ٢ تبدأ إما بفرد يتفحص وسائل الإعلام بدقة ، ليقرر بفعالية ما يرغب فى الاستماع إليه أو مشاهدته أو قراءته ، أو بشخص يتصل بشكل عرضى بمحتويات وسائل الإعلام .

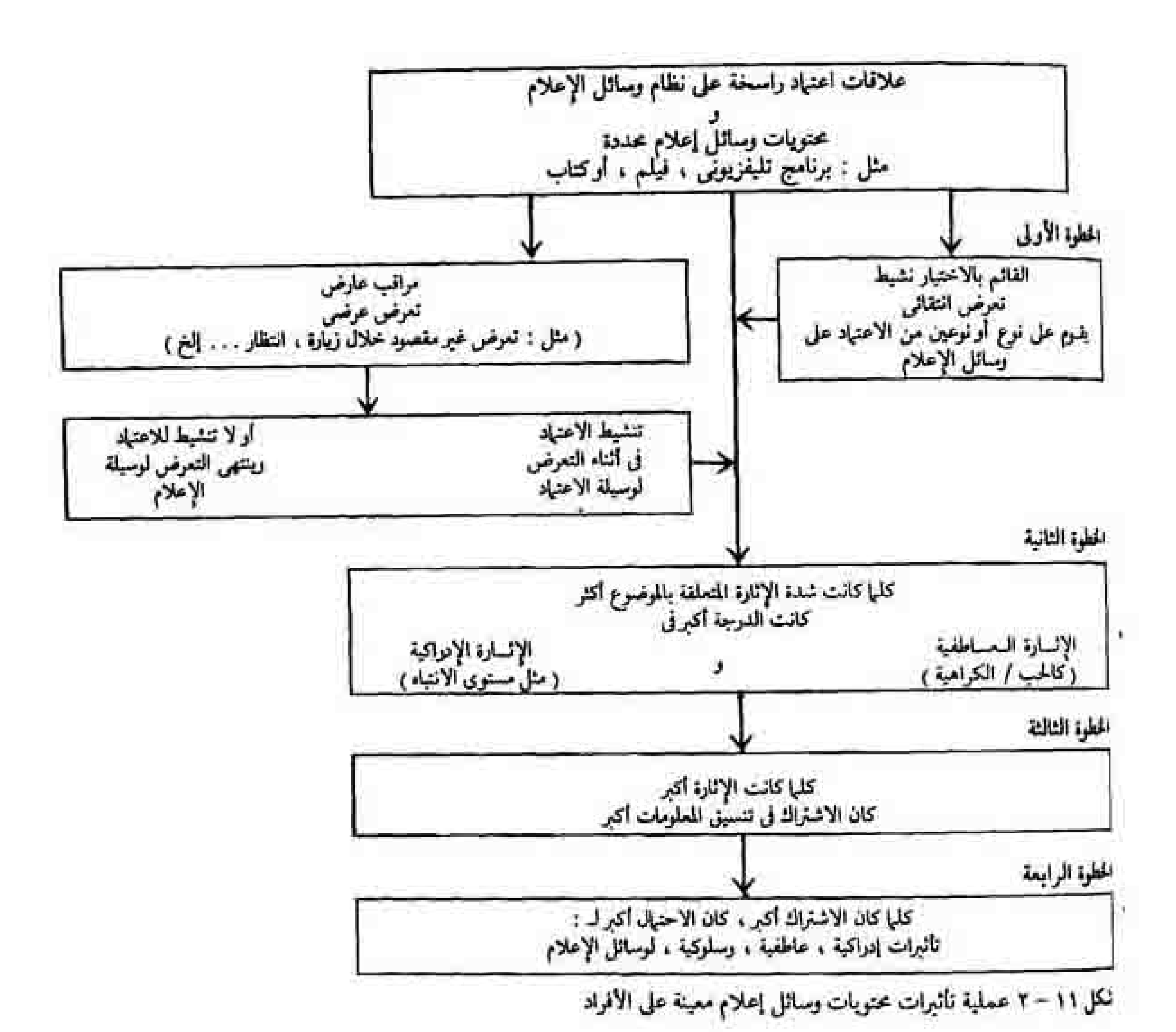
وفى الخطوة الأولى ، فإن القائمين بالاختيار الذين يتسمون بالنشاط ، يعرضون أنفسهم لمحتويات وسائل الإعلام التى لديهم ما يدعو لتوقع أنها سوف تساعدهم على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم ، أو التوجيه أو التسلية وتقوم توقعاتهم على : (١) تجربتهم السابقة (٢) المحادثات مع رفاق شخصيين (أصدقاء أو زملاء عمل) أو (٣) إشارات يحصلون عليها من مصادر وسائل الإعلام (إعلانات أو مجلات أدبية) . ويقابل المراقبون العرضيون محتويات وسائل الإعلام مصادفة دون أية توقعات مشكلة مسبقاً (مثل : دخول محل للغسيل الآلى يوجد به جهاز تليفزيون مفتوح) وقد يجد البعض فى خلال التعرض أن علاقة اعتماد أو أكثر قد تحركت وتحفزهم على الاستمرار فى التعرض . وهناك آخرون قد لا يجربون تحرك التبعية ، ومن الممكن أن ينهوا التعرض عندما يسمح الموقف بذلك . وفى الحالات التى لا تكون فيها المحتويات مرتبطة ببواعث الفرد ، فإن استمرار التعرض سيكون راجعاً إلى مطالب تتعلق بالموقف ، مثل عادات الأدب ، أو العجز عن التهرب من موقف التعرض ، كما هو الحال فى الحانات العامة التى توجد بها شاشات للفيديو أو أجهزة إذاعة تدوى أصواتها فى حديقة عامة ، أو فى قطار أنفاق ، أو على الشاطىء . وأغلب الناس يختارون بنشاط ما يودون مشاهدته فى أغلب الأوقات ، ولكنهم مراقبون عرضيون لوسائل الإعلام فى بعض الأحيان .

وفى الخطوة الثانية ، تصبح جوانب أخرى من عملية الاعتماد ذات أهمية ، فليس كل الأشخاص الذين يعرضون أنفسهم بطريقة مختارة لمحتويات وسائل إعلام معينة ، سوف يفعلون ذلك بنفس القدر من الاعتماد ، كما أنه ليس كل الأشخاص تتحرك بواعث اهتمامهم فى خلال فترة تعرض عارضة ، وسوف تكون التغيرات فى شدة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من إحداث اختلافات فى : (١) أهدافهم الشخصية (٢) أوساطهم الشخصية والاجتماعية (٣) التوقعات فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتويات وسائل الإعلام المعينة المطروحة للبحث (٤) سهولة الوصول إلى المحتويات . والمتغيرات فى أهداف الأفراد كثيراً ما تعكس متغيرات فى بيئاتهم [٦] . وعندما تكون هذه البيئات

حافلة بالغموض ، أو التهديد مثلاً ، فإن اعتماد الأفراد على نظام وسائل الإعلام يجب أن تكون قوية تماماً ، إذ أن الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام غالباً ما يكون ضرورياً لحل غموضها ، وتقليل تهديدها الحقيقى أو المحتمل . وهناك مثال آخر عن : كيف تؤثر المتغيرات فى البيئات الشخصية والاجتماعية للأشخاص على قوة اهتمامات التبعية بمشكلات صحية خطيرة . فالأشخاص الذين يكونون ، هم أنفسهم أو أحباؤهم مصابين بمرض خطير ، كثيراً ما ينشئون علاقات اعتماد قوية بوسائل الإعلام ، من أجل التمكن من الوصول إلى معلومات مناسبة قد تسهم فى عثورهم على أفضل خدمات طبية ومساعدة ، فهم على سبيل المثال يجب أن يستجيبوا بصورة خاصة لمعلومات صحية مناسبة تقدم فى برامج الدردشة ، والتمثيليات ، وأعمدة الأخبار الصحية ، وما إلى ذلك .

ولابد أن تختلف كذلك توقعات الأشخاص بشأن فائدة عرض معين : قصة أو نوع آخر من محتويات وسائل الإعلام . فالشخص الذى يختار بنشاط ، من الواضح أن لديه توقعات أعلى من المراقب العارض ، وسوف يختلف كذلك النشطون فى الاختيار وفقاً لواقع : هل أدت تجاربهم السابقة مع وسائل الإعلام إلى توقعهم أن يحقق التعرض أهدافهم ، وربما تلقى آخرون تلميحات من أصدقائهم أو من إعلانات وسائل الإعلام تؤثر فى توقعاتهم . وبطبيعة الحال ، فإنه كلما زاد توقع الأشخاص لتلقى معلومات مفيدة ، زادت قوة اعتمادهم ـ مادام أن أملهم لم يخب . وأخيراً ، فإن بعض وسائل الإعلام المتاحة على نطاق واسع ليست متاحة بصورة متساوية للجميع ، وتشمل هذه وسائل الإعلام الغالية الثمن ، والتى تكون إمكانية الوصول إليها محدودة ، مثل تلك التى لا تنقل إلا فى الدائرة التليفزيونية المغلقة ، أو لا تنقل على نطاق البلاد بأسرها .

وربما كان مصدر التغيير فى قوة الاعتماد هو أننا نستطيع أن نفترض أنه كلما كانت قوة الاعتماد على وسائل الإعلام المرتبطة بالموضوع أكبر كانت الدرجة أكبر فى : (١) الإثارة الإدراكية (لفت أنظار الناس والحفاظ عليها) (٢) الإثارة المؤثرة (إثارة عواطفهم) ـ انظر الشكل ١١ - ٢ . وعلى سبيل المثال ، فإنه فى الدراسة التى أجرتها بول روكيتش ، وروكيتش ، وجروب ، ذكر المشاهدون ذوو درجة الاعتماد العالية أنهم كانوا منتبهين للغاية فى خلال مشاهدة البرنامج التليفزيونى ، وأنهم أحبوا البرنامج والذين شاركوا فى عمل المضيف . وعندما يكون اعتماد الأشخاص على برنامج تليفزيونى



شكل ١١ – ٢ عملية تأثيرات محتويات وسائل إعلام معينة على الأفراد

منخفضاً أو منعدماً ، فإننا سوف نتوقع أن نجدهم يتحدثون أو يفعلون أشياء أخرى فى أثناء تشغيل التليفزيون . ومن ثم ، فإنه لا يحتمل أن يكون شعورهم قوياً تجاه البرنامج (إيجاباً أو سلباً) .

وفى الخطوة الثالثة ، يعتبر الاشتراك مفهوماً أساسياً . فالسياسى الذى يقول : « أحبونى أو اكرهونى ، ولكن لا تتجاهلونى » إنما يتحدث عن أهمية مشاركة الجمهور . والاشتراك فى المفهوم الحالى لعملية التأثيرات ، يشير إلى أكثر من مجرد الإثارة . . إنه يشير إلى المشاركة النشيطة فى تنسيق المعلومات . وافتراضنا هو أن الأشخاص الذين أثيروا إدراكياً أو عاطفياً سوف يشتركون فى نوع التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض . وتوحى الأبحاث بأن المشاركة الشديدة اعتبار مهم بصفة خاصة فى حملات وسائل الإعلام للصحة العامة الناجحة التى تستهدف جعل الجمهور يغير معتقداته أو سلوكه ، كالإقلاع عن التدخين ، أو بدء التمرينات الرياضية ، أو إجراء عمليات فحوص طبية [٧] .

والخطوة الرابعة والأخيرة ، فى عملية تأثيرات نظام وسائل الإعلام ، لابد أن تكون واضحة الآن . فالأفراد الذين يشتركون بشكل مكثف فى تنسيق المعلومات أكثر احتمالاً بالتأثر بتعرضهم لمحتويات وسائل الإعلام . وتعنى أغلب بحوث تأثيرات وسائل الإعلام بالآثار الإدراكية ، أو الآثار على الإدراك الحسى ، والمواقف ، والمعرفة ، أو القيم . أما التأثيرات العاطفية ، مثل مشاعر الخوف أو السعادة أو الإحساس أو الكراهية ، فإنها تحظى باهتمام أقل كثيراً [٨] . والواقع أنه من الصعب معرفة كيف يمكن فصل الأبعاد الإدراكية والعاطفية ، فأغلب تغييرات المواقف ، على سبيل المثال ، تحمل معها بعض التغيير فى حب أو كراهية شىء أو موقف ما . والصلة بين أبعاد التأثيرات الإدراكية والسلوكية أقل وضوحاً . وكان هناك اتجاه للتخلى عن المحاولات لتوضيح آثار وسائل الإعلام على السلوك ، ويرجع ذلك إلى حد كبير إلى أن المحاولات لإظهار أن تغيير الموقف ينتج تغيراً فى السلوك كانت مخيبة للآمال . وهناك سبب آخر ، هو التصميم الصارم والمكلف للبحوث المطلوبة لإظهار تأثيرات مقنعة طويلة الأجل لوسائل الإعلام على السلوك (مثل البحث الذى يجرى فى « موقف تعرض طبيعى لوسائل الإعلام » [٩] وليس فى المعمل) . ورغم ذلك ، فإنه فى الاختبار التجريبى الهام لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، استطاعت بول روكيتش وزملاؤها إظهار أن الاعتماد

الشديد على وسائل الإعلام قد زاد من احتمال كل من التأثيرات الإدراكية والسلوكية الطويلة الأمد . وقد أجريت البحوث بحيث تحافظ على « الموقف الطبيعى للتعرض لوسائل الإعلام » وما يتعلق به من قيم سياسية ومواقف وسلوكيات .

وهكذا ، فإن افتراضات الاعتماد على وسائل الإعلام بشأن التعرض لمحتويات معينة ، وآثار التعرض على معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد ــ كما لخصت فى الشكل ١١ - ٢ ، قد حظيت ببعض بحوث معاونة . ومما يؤسف أنه ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هى تأثيرات لمحتويات وسائل إعلام معينة أو أنها تؤثر على الأفراد . ومن أجل تحليل تأثيرات أكثر تعقيداً ، كتأثيرات التعرض التراكمى لأنواع عديدة من محتويات وسائل الإعلام ، أو التأثيرات على منظمات أو نظم ، أو مجتمعات بأسرها ، فإن علينا أن نتجاوز المثال النفسى إلى أمثلة أخرى من الفكر الاجتماعى .

إسهامات نموذج التفاعل التبادلى الرمزى

إن بناء المعنى ، وهو اهتمام أولى للتفاعل التبادلى الرمزى ، هو أيضاً موضع اهتمام رئيسى فى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، وهناك أيضاً أهمية خاصة لظاهرة : كيف يؤثر العالم الذى خلقته وسائل الإعلام على الطرق التى يفسر بها الأفراد والجماعات عوالمهم الشخصية والاجتماعية ؟ ونحن الذين نعيش فى مجتمعات حديثة معقدة نعتمد على مصادر معلومات نظام وسائل الإعلام لكى تخبرنا بمجموعة كبيرة متنوعة من الأحداث ، والأماكن ، والأشخاص الذين لم نلتق بهم قط بشكل مباشر .

وتعتمد شبكاتنا الشخصية ، من الأصدقاء والأسرة وزملاء العمل ، على مصادر معلومات وسائل الإعلام . والأشخاص الذين يعملون « زعماء للرأى » بيننا ، على سبيل المثال ، كثيراً ما لا تكون لديهم خبرة مباشرة بالأحداث الهامة أكثر مما لدينا . وينشىء زعماء الرأى لدينا علاقات اعتماد على وسائل الإعلام ، بحيث يمكنهم فهم ما يجرى فى العالم ، والدولة ، أو حتى تلك الجوانب التى تتعلق بالمجموعة المحلية التى تتجاوز تجربتهم المباشرة . وهناك أشياء عديدة يجب علينا نحن ورفاقنا أن نفهمها حتى نعرف كيف نتصرف فى هذا العالم المعقد والغامض . وتتباين مشكلات معرفتنا من أكثر المسائل تحديداً كالطقس ، وظروف حركة المرور ، ومسائل الصحة والأمان ، أو آخر

الأزياء ، والرياضة والفنون ، إلى أكثر الاهتمامات عمومية ، مثل العوالم المتغيرة للسياسة ، والسلطة ، والاقتصاد ، والعلاقات البيئية بين الإنسان ومجتمعات غير بشرية وبيئاتها الطبيعية والكيميائية ، أو تغييرات القيم ، وأساليب الحياة التى تكمن وراء الصراعات بين الأجيال أو الصراعات الدينية .

الغموض ، والتهديد ، والتغيير الاجتماعى تنعكس وجهة نظر التفاعل التبادلى الرمزى ، بأن العالم الاجتماعى يتماسك معاً ، بواسطة تفاهمات ذاتية هشة من الواقع ، فى الاهتمام الذى يعطى للغموض ، والتهديد ، والتغيير الاجتماعى فى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام . ونحن نفترض أن علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام الفردية والجماعية تصبح أكثر قوة عندما تكون البيئة الاجتماعية غامضة أومهددة / أو سريعة التغير[١٠] .

والغموض هو إما عجز عن تحديد موقف ، أو الاختيار بين تحديدات متعارضة لموقف ما[١١] . ووفقاً لمثل هذه الظروف ، تكون المعرفة مسألة مشكوكاً فيها ، لأن الغموض أساساً مشكلة معلومات ، فالأشخاص تنقصهم المعلومات الكافية لخلق معان ثابتة للأحداث ، وفى تلك الحالات التى لا نستطيع فيها نحن ولا زعماء الرأى فينا أن نختبر أو نراقب الأحداث التى نسعى إلى فهمها ، بصورة مباشرة ، تصبح وسائل الإعلام الجماهيرية هى نظام المعلومات الرئيسى الذى لديه المصادر لخلق المعانى . وهناك أوقات يكون الغموض فيها مصحوباً بتهديد واضح . وتشمل مثل هذه الأوقات ، الأزمات الاقتصادية ، والكوارث الطبيعية ، والاضطرابات السياسية ، والصراع العلنى بين الجماعات فى مجموعتنا المحلية . وعندما تقع مثل هذه الأحداث ، فإن الأفراد وزعماء الرأى لديهم ، على حد سواء ، يتجهون بشكل نموذجى إلى وسائل الإعلام لتقديم المعلومات المطلوبة ، لكى يعرفوا ماذا يجرى ، وماذا يحدث ، وما يمكن للناس أن يفعلوه لتقليل التهديدات لمصالحنا الشخصية والجماعية .

وبالمثل ، فإن الطرق الأقل وضوحاً ، التى يعتمد بها الأفراد والجماعات على مصادر معلومات وسائل الإعلام لتحقيق التفاهم يومياً ، تعتبر مهمة إن لم تكن شديدة الأهمية . وفى مجتمع مثل مجتمعنا الذى يعتبر التغير فيه حالة سائدة ، وحيث الحياة الاجتماعية دائماً على قدر من التدفق ، هناك غموض مزمن يدفع الناس إلى إنشاء علاقات

اعتماد متطورة مع وسائل الإعلام ، وهى حالة تختلف للغاية عن تلك الخاصة بمجتمعات كثيرة فى الماضى ، حيث كان فى استطاعة الناس الاعتماد على أشياء تبقى كما هى من يوم لآخر ، بل ومن جيل إلى جيل ، وذلك فى حين أن الطبيعة المتغيرة لمجتمعنا وللعالم المادى تخلق حالة مستمرة متعبة من الغموض . ولما كان نظام وسائل الإعلام متاحاً لأغلب الناس ، وكذلك النظام الإعلامى الأفضل ملاءمة لجمع / وخلق ، وتنسيق ونشر المعلومات المناسبة ، فإننا بطبيعة الحال ننشىء علاقات اعتمادية معه لكى يساعدنا ــ فردياً وجماعياً ــ ولحل حالات الغموض المزمنة للحياة اليومية .

تأثيرات المعرفة والمعانى تفتح علاقات الاعتماد المتطورة هذه مع وسائل الإعلام الطريق إلى تأثيرات وسائل الإعلام على عقائدنا وسلوكياتنا . ولو أننا بحكم العادة أو الحاجة ، وحدنا نظام وسائل الإعلام باعتبارها وسيلة رئيسية للفهم ، فإن نظام وسائل الإعلام ستكون له سلطة معينة للتأثير على الكيفية التى نفكر أو نشعر أو نتصرف بها . وفى هذه الحالة ، تكون هذه السلطة مشابهة لسلطة الآباء القائمة على المعلومات حيال الأطفال الصغار ، أو سلطة المدرسين حيال الطلبة ، وأخيراً فإن المسألة التى نواجهها هى خلق المعرفة والسيطرة عليها . ونظرية التربية (الفصل ٩) التى تذهب إلى أن الإعلام يخلق الثقافة ، وفكرة التأثير غير المباشر (الفصل ٨) الخاصة بأن الإعلام يؤهل الجماهير ، تقومان على أساس هذه الفكرة الأساسية الخاصة بأن نظام وسائل الإعلام يشارك بنشاط فى خلق معرفة مشتركة . ويحدد أصحاب النظريات الخاصة بالتأثير غير المباشر ، والذين يؤكدون على مثال التفاعل التبادلى الرمزى ، موضع أصول مثل هذه السلطات فى عمليات لغوية وإدراكية يجرى تنشيطها بواسطة « نص » إعلامى أو رسالة . أما أصحاب نظريات التربية ، وبصورة عمومية أكثر « أصحاب النظريات الانتقادية » ، فإنهم يحددون موضع أصول هذه السلطة فى سيطرة الصفوة على « وسائل الإنتاج العقلى » ، حيث تخلق وسائل الإعلام المعرفة التى تخدم مصالح الصفوة .

وترى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أن أصول سلطات إنشاء المعرفة تشمل هذه الآراء ولكنها تتجاوزها . وينظر أصحاب نظريات الاعتماد على وسائل الإعلام إلى نتائج علاقات الاعتماد التى تولدت بواسطة نظام وسائل الإعلام على مصادر المعلومات النادرة ذات القيمة ، وتشمل علاقات الاعتماد الصغيرة للأفراد ، والشبكات الصغيرة

بين الأشخاص ، وكيف تتشكل بواسطة علاقات الاعتماد التى لوسائل الإعلام مع الأجزاء الأكبر من النسيج الاجتماعى (مثل علاقات الاعتماد البنائى) .

التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للمعرفة من الافتراضات « البيئية » الرئيسية فى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، أن العلاقات الاعتمادية الكبيرة للأفراد والجماعات لا يمكن فهمها بدون فهم العلاقات الاعتمادية البنائية (الكبيرة) فالأفراد والجماعات يقررون فقط أن يعتمدوا على وسائل الإعلام من أجل معرفتهم لأنفسهم وعوالمهم . وهناك جزء هام من الرد على السؤال الذى يقول : لماذا ينشىء الأفراد والجماعات الاعتماد على وسائل الإعلام ، يتعلق بأدوار ووظائف نظام وسائل الإعلام فى المجتمع الأكبر . ويمكن توضيح هذه الفكرة إذا بحثنا النظام السياسى ، وركزنا على قرارات المواطنين أن يدلوا بأصواتهم .

ومع أن أناساً كثيرين قد يحبون اتخاذ قراراتهم بإعطاء أصواتهم للمرشحين لمنصب قومى أو فى ولاية ، أو منصب محلى على أساس اتصال شخصى مباشر ، فإن أغلب المواطنين ليست لديهم الفرصة للتحدث مع المرشحين مباشرة . والعملية الانتخابية أنشئت بحيث أنه لابد للمرشحين ــ سواء شاءوا أم أبوا ــ أن يعتمدوا على وسائل الإعلام باعتبارها وسيلة الاتصال الرئيسية مع المواطنين ، فنظام وسائل الإعلام أكثر من مجرد قناة اتصال محايدة ، فهو يستخدم مصادر معلوماته لجمع وتنسيق ونشر حملة من المعلومات . ولكن محتويات هذه المعلومات ، أو المعارف السياسية ليست تحت السيطرة التامة للمرشحين ، وهى أقل من ذلك كثيراً بالنسبة للمواطنين .

ومن الممكن رؤية التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لوسائل الإعلام فى هذا التوضيح ، وتشمل التأثيرات المباشرة على « حدود المعرفة » ــ مدى الأشياء التى يستطيع المواطنون معرفتها ــ والتأثيرات غير المباشرة على الاختيارات التى يتخذها الناس فى إعطاء أصواتهم لمرشحين معينين . وتظهر عملية زعامة الرأى التى تتم على مرحلتين بالنسبة لقرارات معينة فى التصويت . ومع ذلك ، فإن زعماء الرأى فى نفس الوقت ليست لديهم أية سيطرة على حدود المعرفة التى تكونت عن المرشحين أكثر مما لدى آخرين فى شبكاتهم .
والواقع أننا نفترض أنه من الأمور الهامة الحديث عن الشبكات بين الأشخاص باعتبار أن لها علاقات اعتماد على وسائل الإعلام ، وهذه الشبكات بين الأشخاص ، مثل الأصدقاء وزملاء العمل وأعضاء الأسرة ، هى مجموعات ثابتة يمكن وصفها بعبارات

ذات دلالة فيما يتعلق بعلاقات اعتمادها على وسائل الإعلام .

وأخيراً ، هناك ثلاثة أشكال من تأثير وسائل الإعلام التى يمكن أن تحدث فى مثل هذه المجموعات : (١) تأثير غير مباشر ، كالتطبيع الاجتماعى السياسى ، الذى يحدث نتيجة لتعرض الأعضاء التراكمى لوسائل الإعلام فى خلال فترات طويلة من الوقت (٢) تأثير غير مباشر من خلال عملية التدفق ذات الخطوتين التى يتأثر فيها زعماء الرأى بوسائل الإعلام الجماهيرية ، ثم ينقلون تفسيراتهم لرسائل الإعلام إلى أعضاء الجماعة الآخرين (٣) تأثير مباشر لوسائل الإعلام الجماهيرية على أعضاء الجماعة . والشكل الأخير للتأثير يكون أكثر احتمالاً للحدوث ، عندما لا تكون لدى زعماء الرأى أو أعضاء الجماعة العامين معرفة سياسية تقوم على تجربة مباشرة .

وهناك مجالات أخرى عديدة من الحياة ، اقتصادية أو صحية أو ترفيهية أو قانونية أو تربوية أو عسكرية أو عائلية أو دينية ، يمكن أن يجرى عليها نفس النوع من التحليلات حول الآثار المباشرة وغير المباشرة لوسائل الإعلام الجماهيرية .

ومع ذلك ، فإنه ليست هناك أية نظرية تحدها قيود المثال النفسى ، أو أمثلة تفاعل تبادلى رمزية يمكن أن تفسر المدى الواسع لآثار وسائل الإعلام على أعمال المنظمات والنظم الاجتماعية والثقافة والمجتمع . ولتفسير هذه الأنواع من التأثيرات الكبيرة ، علينا أن نبحث جوانب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الراسخة ، فى الصراع ، والبناء الوظيفى ، والنماذج المتطورة للتفكير الاجتماعى .

إسهامات الصراع ونماذج البناء الوظيفى

إن علاقة اعتماد الأهداف على المصدر التى تعد محورية للإطار التفسيرى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، تعتبر إلى حد ما سيفاً ذا حدين . فهى ، من ناحية ، علاقة صراع ، وهى من الأخرى علاقة اعتماد وظيفى متبادل . ومن ثم ، فإن علاقة التبعية تعتمد على كل من نظرية الصراع ، وتحليلات البناء الوظيفى . وبالمثل ، فإن كلاً من التأكيد المتغير على نظرية الصراع ، والتأكيد على الاستقرار لتحليلات البناء الوظيفى يتحدان فى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام . غير أن هذا التكامل للمثالين لا يشكل تبنياً بالجملة لافتراضات كلا المثالين . ولعل أبسط طريقة لإيضاح إسهامات كل منهما ،

هى تحديد افتراضات الاعتماد على وسائل الإعلام التى يمكن تتبع أصولها إلى أمثلة الصراع ، وتلك التى يمكن تتبعها إلى أمثلة البناء الوظيفى .

ووفقاً لتحليلات البناء الوظيفى ، فإنه يفترض أن للمجتمع تركيباً « عضوياً » يمكن فهمه بشكل أفضل من حيث الاعتماد المتبادل لأجزائه ، فنظام وسائل الإعلام هو جزء ضرورى مكوّن للمجتمعات الحديثة المعقدة . كما أن وسائل الاتصالات الجماهيرية ضرورية للتنظيم الاجتماعى للمجتمعات التى بلغت من التعقيد إلى حد أن إدارة الأنشطة الأساسية ، مثل الإنتاج والتكامل ، أصبح من غير الممكن تنظيمها على أساس الاتصالات الشخصية وحدها . فالواقع أن علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام ، هى بالتحديد علاقة اعتماد متبادل . ووسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى ، هى أجزاء يعتمد كل منها على الآخر من أجل البقاء والازدهار ، وتحتاج كل منها بصفة خاصة إلى مصادر بعضها البعض من أجل تحقيق الأهداف الخاصة بكل منها .

كما أن الاعتماد المتبادل ، يسفر عن التعاون والصراع معاً . والتأكيد فى تحليلات البناء الوظيفى هو على ضرورة التعاون بين الأجزاء ، على أساس تسليمها المشترك بأن بقاء ورفاهية أحد الأجزاء ، يتوقف على بقاء ورفاهية الأجزاء الأخرى . ويقال إن هذا النوع من « التضامن العضوى » بين الأجزاء (الفصل ٦) يخلق مشاركة فى المصالح تكفل الاستقرار للمجتمع الأكبر ، فليس هناك أى جزء يريد تدمير المجتمع ، لأنه إذا فعل ذلك فسوف يعنى ذلك تدميره هو نفسه . وعلى النقيض ، فإن نظرية الصراع تؤكد نتائج الاعتماد المتبادل التى تنتج ضغطاً وتوتراً بين الأجزاء .

وكلا الرأيين ممثل فى إطار الاعتماد على وسائل الإعلام ، وقد وصفنا ، على سبيل المثال ، تعاوناً متوطداً بين وسائل الإعلام والنظم السياسية ، فى اعتماد كل منهما على الآخر ، غير أنه صحيح أيضاً الحقيقة بأن نظم وسائل الإعلام تسيطر على مصادر نادرة وثمينة القيمة ، والتى سيفضل آخرون الاستيلاء عليها ، بحيث تقلل أو تزيد اعتمادهم لوسائل الإعلام . وفى حين أن الاعتماد المتبادل يمكن قبوله ، ومن ثم فإنه ينتج تعاوناً . إلا أنه ينتج أيضاً صراعاً كامناً . وهذا التعارض فى المصالح ، أو « الصراع على موارد نادرة » قد يظل كامناً لفترات طويلة ، ولا يبرز إلا فى أوقات مناسبة . وبعبارة أخرى ، فإنه يفترض أن نظم وسائل الإعلام ، السياسية وغيرها ، سوف تسعى لكسب السيطرة على مصادر بعضها البعض ، عندما تتيح لها الظروف عمل ذلك ، دون أن تعرض

مصالحها الخاصة للخطر . وإذا كانت أمثال تلك المحاولات سوف تقع ، فهو توقع يحدث على أساس افتراض آخر مأخوذ من نظرية الصراع : فكل الجماعات (بما فى ذلك الشبكات بين الأشخاص ، والمنظمات ، والنظم) مدفوعة لا إلى المحافظة على ذاتها فحسب ، بل هى مدفوعة إلى تعزيز أنفسها أيضاً ، لأنها بعبارة أخرى جماعات مصالح .

ويعترف أولئك الذين يتصورون أن وسائل الإعلام هى السلطة الرابعة بهذا الصراع الأولى بين جماعات المصالح ، وذلك عندما يتوقعون أن تحاول السلطات الأخرى ــ التشريعية ، التنفيذية ، القضائية ــ الاستيلاء على سلطات بعضها البعض ، لا لكسب السيطرة على مصادر كل منها فحسب ، بل لأنها سوف تسعى أيضاً إلى الاستيلاء على مصادر وسائل الإعلام . ولم تكن الفكرة الثورية عن وسائل الإعلام المستقلة ، التى يكفل الدستور مصادرها ، رفضاً للاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى ، بل كانت قائمة على أساس الافتراض بأنه سيكون هناك صراع كلما سيطرت وسائل الإعلام على مصادر يجب أن يتمكن النظام السياسى من الوصول إليها من أجل البقاء ، والعكس بالعكس .

ويكشف فحص افتراضين ، من تلك الافتراضات المتعلقة بالموضوع ، بعض مجالات الاختلاف بين نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، والنماذج الوظيفية البحتة ، أو النماذج البحتة الخاصة بالصراع ، فعلاقات الاعتماد على وسائل الإعلام غير المتماثلة أكثر احتمالاً لأن تنتج تعاوناً . وهنا ، فإن عدم التماثل ، أو التماثل ، يشيران إلى السلطة النسبية لوسائل الإعلام وعلاقاتها مع النظم الاجتماعية الأخرى . فعدم التماثل يعنى اختلال توازن السلطة ، كما أن التماثل يعنى توازناً فى السلطة . وفى وصفنا السابق للعلاقات بين وسائل الإعلام والنظام السياسى ، وصفنا علاقة اعتمادية متماثلة إلى حد ما . فكل من النظامين يعتمد على مصادر الآخر بنفس القدر تقريباً ، بحيث أن أياً من النظامين ليس أقوى كثيراً من الآخر . وفى هذا الوضع ، تستخدم المساواة النسبية فى المصادر والاعتماد لزيادة احتمال التعاون بينهما . ومع ذلك ، فإنه عندما يكتسب أحد النظم مزيداً من المصادر القليلة التى يحتاج إليها الآخر ، ينشأ عدم التماثل ، فأحدهما أكثر اعتماداً (أقل قوة) والآخر أقل اعتماداً (أكثر قوة) . وفى هذا الموقف ، يكون الصراع أكثر احتمالاً من التعاون ، ويجب أن يبرز هذا الصراع من كلا جانبى العلاقة ، إذ يسعى أحدهما لزيادة سيطرته بشكل أكثر ، ويسعى الآخر لاستعادة مركزه .

وسوف يختلف كثيرون من أصحاب نظريات الصراع ، إلى حد كبير ، مع هذه الطريقة فى التحليل ، وسوف يتحدون الفكرة ذاتها فى نظام وسائل إعلام مستقل يسيطر على موارد نادرة وثمينة القيمة ، فهم لا يعتبرون وسائل الإعلام نظاماً اجتماعياً خاصاً فى حد ذاتها ، بل يعتبرونها أداة تستخدمها الصفوة الحاكمة لزيادة مصالحها . ومن هذه النظرة ، لن يكون هناك أى معنى حتى لمناقشة العلاقات مع وسائل الإعلام ، ذلك لأن وسائل الإعلام ، فى نظر هؤلاء ، هى مجرد مصادر يسيطر عليها الرأسماليون و « المؤسسة الصناعية ـ العسكرية » أو بعض الصفوة الاقتصادية الأخرى .

ومن ناحية أخرى ، سوف يرفض المحللون الكلاسيكيون للبناء الوظيفى أسلوب الاعتماد على وسائل الإعلام كفكرة لأسباب مختلفة تماماً ، فهم يرفضون افتراض أن هناك دائماً جانب صراعى لعلاقات وسائل الإعلام مع نظم اجتماعية أخرى ، لأن أنصار البناء الوظيفى لا يشاركون فكرة أن الصراع نتيجة طبيعية ولا مفر منها للاعتماد المتبادل . وهم يميلون إما إلى تجاهل بحوث الصراع ، أو إلى اعتبار الصراع انحرافاً يهدد استقرار النظام الاجتماعى . غير أنه ، فى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، يعتبر الصراع لا مجرد حالة عادية للأمور فحسب ، بل أيضاً قوة رئيسية فى خلق التغيير الاجتماعى ، وخاصة التغيير فى طبيعة علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام .

وهكذا ، فإن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تعتمد على بعض ، ولكن ليس كل الاهتمامات والافتراضات الرئيسية للصراع ، أو الصور المثالية للبناء الوظيفى . ويمكن القول فى إيجاز بأنه من الممكن فهم وسائل الإعلام بصورة أفضل ، باعتباره نظاماً فى السيطرة على مصادر معلومات قليلة وثمينة القيمة ، يولد علاقات اعتماد متبادل مع أنظمة أخرى ؛ علاقات سوف تنتج تعاوناً ، وتنشطها مصالح متبادلة وصراع تحركه مصالح ذاتية ، وتغييراً نحو التماثل أو عدم تماثل أكبر من الاعتمادية .

تفسير التغيير فى علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام

نحن نفترض أن هناك مصدرين أساسيين للتغيير فى طبيعة علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام أحدهما الصراع ، والآخر التكيف . وكما سبق أن افترضنا ، فإن نظام وسائل

الإعلام ، كغيره من الأنظمة ، يبحث عن فرص لزيادة السيطرة على مصادره إلى أقصى حد ، وتقليل تبعيتها إلى أدنى حد ، أى خلق علاقات عدم تماثل تكون فيها أكثر قوة . ويطبيعة الحال ، تحاول النظم الأخرى عمل نفس الشىء ، بتقليل اعتمادها على مصادر وسائل الإعلام ، وزيادة اعتماد وسائل الإعلام على مصادرها . وهذا النضال ، يشبه ذلك الخاص بالأطفال الذين يسعون لتقليل اعتمادهم على المصادر التى يسيطر عليها آباؤهم ، بإيجاد مصادرهم المالية الخاصة ، أو صراع الأشخاص الذين يحاولون تحقيق استقلال ذاتى فى أعمالهم ، بالفوز بمنصب فى المنظمة ، حيث يسيطرون على المزيد من المصادر التى يعتمد عليها الآخرون . وكما يعرف الأطفال والمستخدمون ، فإن هناك ثمناً لخوض مثل هذه الصراعات ، فمن الممكن مثلاً أن يطردوا من المنزل ، أو يفقدوا وظيفتهم . ومن ثم ، فإن الرغبة فى تقليل التبعية (زيادة القوة) شىء ، والقدرة على فعل ذلك والبقاء فى حالة رخاء شىء آخر . وتستخدم هذه الحقيقة لتقييد محاولات كثيرة لنظام وسائل الإعلام لزيادة قاعدة مصادره .

إسهامات النموذج المتطور

والمصدر الثانى للتغيير ، وهو التكيف ، هو موضع الاهتمام الرئيسى للنموذج التطورى (الاجتماعى) . والواقع أن أصحاب النظريات التطورية يسلمون بأن النظم الاجتماعية لا تبقى قط كما هى ، بل تتطور دائماً إلى أشكال أكثر تعقيداً . ونحن نفترض ، مثل أصحاب نظريات التطور ، أن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام وأجزاء أخرى من الكيان الاجتماعى يجب أن تمر بتغيير من أجل أن تبقى المجتمعات فى بيئات متغيرة . ويكون مثل هذا التغيير المتكيف بطيئاً فى العادة ، وغالباً ما يكون غير مخطط ، ومن ثم فإنه من الصعب إدراكه فى الوقت الذى يقع فيه .

ونستطيع أن نرى مثالاً لهذا النوع من التغيير فى العلاقة السياسية بنظام وسائل الإعلام ، فقد حدث تغيير بيئى هام تمثل فى تضاؤل سلطة الأحزاب السياسية ، وفى ظهور الانتخابات التمهيدية كوسيلة لاختيار المرشحين للمناصب القومية ، ولمناصب الولايات والمحليات . وفى نفس الوقت الذى جرت فيه هذه التغييرات ، كان نظام وسائل الإعلام يتطور ، فلم يصبح أكثر تعقيداً بإضافة أشكال جديدة من وسائل

الاتصال الجماهيرية مثل استخدام الكابل والقمر الصناعى للإرسال التليفزيونى فحسب ، بل إن ابتكارات أخرى كفلت أيضاً وسائل جديدة لجمع المعلومات ، وتنسيقها ونشرها بسرعة أكثر وواقعية ، وسوف تناقش مثل هذه التطورات بالتفصيل فى الفصل التالى .

ولقد أحدثت هذه التغييرات ، فى المحيط السياسى وفى نظام وسائل الإعلام ، تغييراً تدريجياً فى علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام ، فأصبحت هذه العلاقة على الأقل أكثر قوة . وكما يتضح من التدهور فى الزيارات القصيرة للقرى أى « اللقاءات غير الرسمية لتناول القهوة » مع المرشح ، والزيادات المؤثرة فى نسبة ميزانيات الحملات التى تخصص للإعلان فى وسائل الإعلام ، فإنه من المستحيل فعلاً إجراء أية انتخابات اليوم بدون وسائل الإعلام الجماهيرية ، وأصبح النظام السياسى ــ بهذه الطريقة على الأقل ــ أكثر اعتماداً على مصادر نظام وسائل الإعلام مما كان عندما كانت الأحزاب السياسية قوية ، وكانت وسائل الاتصال الجماهيرية ثانوية فقط . ومهما كان مدى الغضب حول ما أحدثته هذه الحالة من الأمور لدى المرشحين ، أو كيف خيبت آمال المواطنين ، فإنها لا تستطيع أن تفعل كل هذا القدر لكى تغيرها ، لأنها حقيقة بنائية تشكل عملية الانتخاب .

الأثر المتموج للتغيير

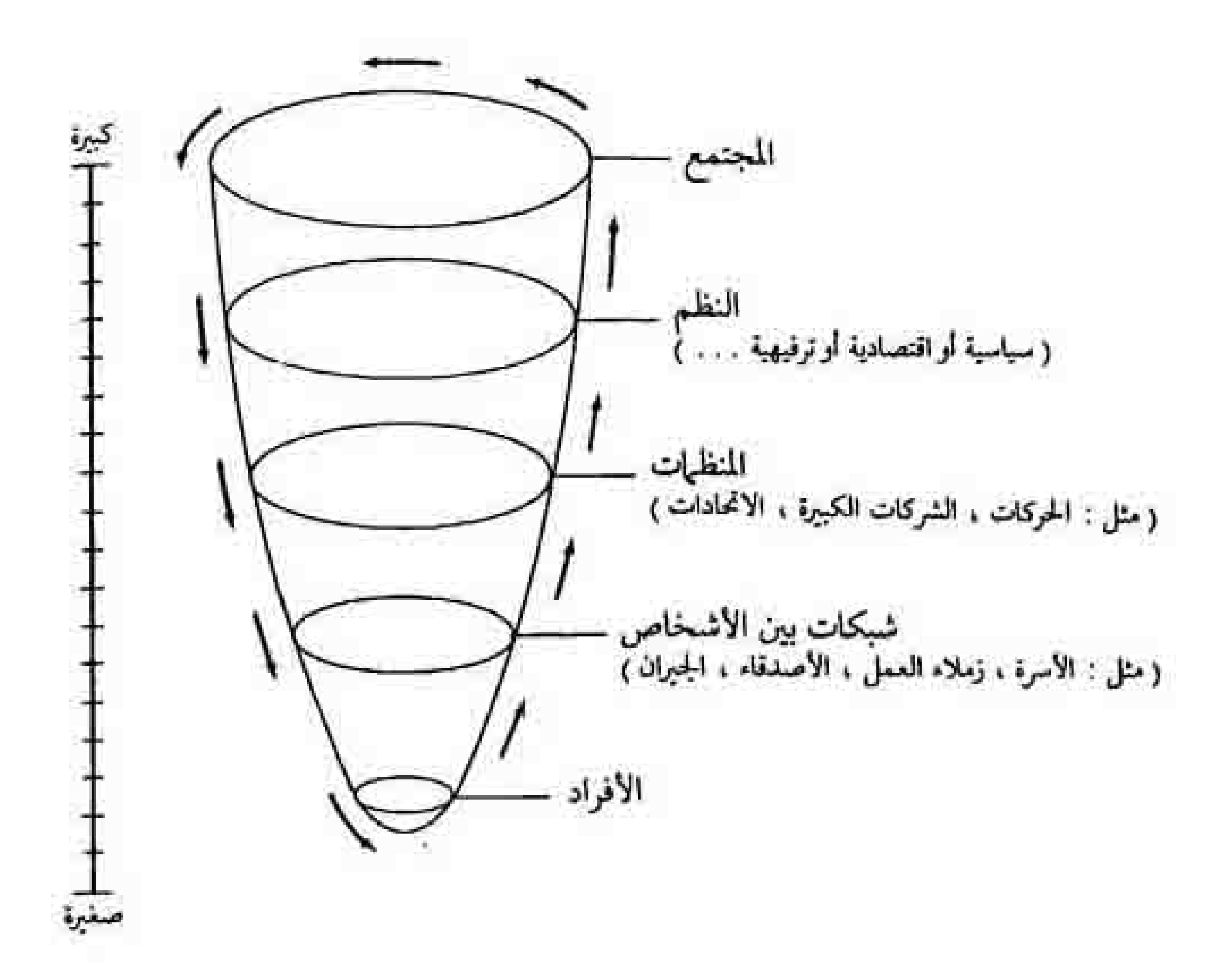
كان لهذه التغييرات فى العلاقة السياسية الكبيرة بنظام وسائل الإعلام أثر يشبه التموجات على الوحدات السياسية الأصغر ، كالمنظمات السياسية . وقد أظهرت البحوث أن المرشحين ومنظمات حملاتهم ليس لهم سيطرة كبيرة على تحديد كل ما تدور حوله الانتخابات [١٢] : فهم يستطيعون تقديم أوراق الترشيح للمنصب ويفعلون ذلك فعلاً ، ولكنهم يجب أن يعتمدوا على وسائل الإعلام لوضع هذه المسائل والبيانات فى جدول أعمال الجمهور . وبعض منظمات الحملات أفضل من غيرها فى تحقيق مثل هذه الأهداف ، ولكن تبقى الحقيقة البناءة عن اعتمادها الأساسى على مصادر معلومات وسائل الإعلام .

ومن جهة أخرى ، فإن نظام وسائل الإعلام لم يبلغ من القوة ما يجعله قادراً على

العمل بشكل تحكمى إزاء النظام السياسى ومنظماته ، كما أن اعتماد وسائل الإعلام على المصادر التى يسيطر عليها النظام السياسى حقيقة بنائية أيضاً ، ولهذه الحقيقة أثر تموجات مماثلة على منظمات وسائل الإعلام تؤثر على ما تفعله أو لا تفعله على حد سواء بصورة هامة . فلا يحتمل مثلاً أن تهاجم مثل هذه المنظمات شرعية الانتخاب ، أو عمليات سياسية أكثر عمومية ، لأنها لكى تفعل ذلك سوف تنزل بكل ثقل النظام السياسى لكى تحد من سيطرة نظام وسائل الإعلام على مصادر المعلومات . والتاريخ الحديث حافل بمحاولات من جانب السياسيين الغاضبين لفرض قيود على الصحافة ، أو استخدام الوكالات التنظيمية فى الكونجرس لتقويض المصلحة الاقتصادية لشركات وسائل الإعلام التى تغضبهم . ومن ثم ، فإن الاعتماد المتزايد لوسائل الإعلام على النظام السياسى يحمل معه احتمالات صراعاً حقيقياً قد تسعى منظمات وسائل الإعلام ، بل ورجال إعلام جماهيريون ، إلى تجنبه بعدم تخطى حدود معينة .

ويصور الشكل ١١ - ٣ كيف تنتج التغيرات فى علاقات الاعتماد المتبادل لوسائل الإعلام ما أشرنا إليه من آثار التموجات التى تبدأ من قمة القمع بوضع نظام وسائل الإعلام فى المجتمع ، وتنزل إلى أسفل بشكل حلزونى من خلال علاقات اعتماد مع نظم اجتماعية أخرى ، ومع منظمات وشبكات شخصية ، وأخيراً مع الأفراد . وسوف تؤثر التغيرات التى تحدث فى مستويات أعلى فى علاقات الاعتماد عند كل المستويات الأدنى . ومن ثم ، فإن التغييرات فى الأدوار الاجتماعية لنظام وسائل الإعلام ، كالأهمية المتزايدة لاستقرار وتوحيد المجتمع الأمريكى ، منذ أيام « صحافة البنس » ، لها نتائج على كل المستويات الأخرى للعمل الجماعى . وكان لهذا التغيير فى الدور تأثير فى زيادة اعتماد وسائل الإعلام على النظم الاجتماعية ، والمنظمات والشبكات بين الأشخاص ، والأفراد .

غير أن التغيرات فى النظم لا تحدث من القمة إلى القاعدة أو من الكبيرة إلى الصغيرة فقط . ورغم أن التغييرات التى تحدث من القمة إلى القاع (من الكبيرة إلى الصغيرة) يحتمل أن تتموج إلى أسفل بسرعة ، فإن التغييرات يمكن أن تحدث أيضاً فى علاقات اعتماد صغيرة ، فقد تتموج إلى أعلى بمرور الوقت (من الصغيرة إلى الكبيرة) . وعلى سبيل المثال ، فإنه إذا انتهى الأمر – كما يخشى بعض المراقبين شديدى الاهتمام بمسرح الأحداث الأمريكى – بالأفراد إلى توقع أن تنتج وسائل الإعلام معلومات تستهدف



شكل ١١ - ٣ تأثيرات متموجة للتغيير فى علاقات الاعتماد المتبادل لوسائل الإعلام .

خدمة تفاهم اجتماعى ، بحيث تكون مسلية أيضاً ، أو تخدم أهداف التسلية ، فإنهم قد ينحرفون عن أية معلومات « جدية » لا تكون مرحة أيضاً . وعواقب تغيير الأفراد علاقات اعتمادهم على وسائل الإعلام من وقت كان التفاهم الاجتماعى فيه هدفاً كافياً فى حد ذاته ، إلى وقت يصبح من الضرورى فيه مزج مثل هذا الهدف بأبعاد التسلية ، سوف تكون محسوسة على مستوى المنظمات ، وفى النهاية على مستوى المجتمع أيضاً . إن النظم والمنظمات التى تعتمد على وسائل الإعلام للتخاطب مع عملائها ، سوف يتعين عليها مثلاً أن تنشىء وسائل إعلام جديدة ، أو مواهب للعلاقات العامة وإدارات لابتداع رسائل إعلامية مسلية . وبمرور الوقت ، سوف يصبحون أكثر اعتماداً على نظام وسائل الإعلام . وعندما يتفحص المرء المجال السياسى والدينى ، والمجالات الأخرى لحياتنا المعاصرة ، فإنه سوف يتساءل عما إذا كان هذا التأثير لم يحدث فعلاً .

وسائل الإعلام والمجتمع

فى الفصل الأول رسمنا خريطة لعصور الاتصالات ، ورأينا كيف أن كل عصر جديد جلب معه قدرة البشر على إثراء عمليات الفكر وتنظيم أنفسهم فى مجتمعات أكثر وأكثر تعقيداً . وكما أن ظهور اللغة فتح أبواباً جديدة للناس للتخلص من قيود الاتصالات التى يحدها الزمن والمكان ، فإن تطورها إلى نظم معقدة من الاتصالات تسمح للبشر اليوم بتنظيم أنفسهم على نطاق أكثر عالمية .

ومن خلال الشبكة المعقدة من علاقات الاعتماد المتبادل مع الأفراد ، والشبكات الشخصية والمنظمات والنظم الاجتماعية ، تطور نظام وسائل الإعلام من وضعه فى الثلاثينيات من القرن الماضى ، باعتباره شيئاً تجريبياً جديداً يلفت النظر ، إلى وضعه المعاصر باعتباره نظاماً للمعلومات ضرورياً لاستمرار مجتمع معاصر كما هو منظم اليوم . وتختلف الأدوار الاجتماعية المحددة التى تقوم بها وسائل الإعلام من مجتمع إلى مجتمع ، لأن نظام وسائل الإعلام بيئة مختلفة من علاقات الاعتماد فى المجتمعات المختلفة . ففى المجتمع الأمريكى ، يمكن رسم خريطة للنمو التاريخى لأهمية نظام وسائل الإعلام بالنسبة للعمل الاجتماعى ، من حيث الزيادات فى عدد وقوة علاقات الاعتماد على الإعلام . وتتيح لنا مثل هذه الزيادات أن نتعرف على الأدوار الاجتماعية المتوسعة لوسائل الإعلام فى مجالات المؤسسات الرئيسية للحياة الاجتماعية . فقد كانت علاقات الاعتماد الأولية فى ثلاثينيات القرن الماضى مثلاً تتفق مع النظم الاقتصادية والسياسية ، ومع قدرات وسائل الإعلام على الإعلان أو صنع الأخبار باعتبارهما مصادرها الرئيسية للمعلومات ، ولم تكن هذه المصادر فى البداية نادرة ولا ممتازة للغاية ، إذ كانت الأنباء التى تتناقلها الأفواه مازالت تعتبر أكثر القنوات التى تحوى مقومات النمو والحياة ، والتى تنتشر عن طريقها المعلومات الاقتصادية والسياسية .

وكلما ازداد المجتمع الأمريكى تعقيداً زاد تغير مثل هذه الأشياء ، وأكثرها أهمية قيود نظام الاتصالات الشخصية التى جعلت الأنباء التى تتناقلها الأفواه قادرة على البقاء فى وقت ما . وكانت المتطلبات التنظيمية لمجتمع متزايد التعقيد أقل قدرة على أن تتحقق بالاتصالات الشخصية وحدها . وبمرور الوقت ، قام نظام الاتصالات الجماهيرية بسد الثغرة ، وأخذ يصبح ضرورياً بصورة متزايدة لتحقيق إجماع الرأى فى المجتمعات ،

وتنسيق الأنشطة الجماهيرية ، وتعبئة جموع المواطنين فى أوقات الخطر أو الأزمات ، وغير ذلـك من الأهداف الاجتماعية . وبعبارة أخرى ، أصبحت مصادر معلومات وسائل الإعلام مهمة وذات قيمة متزايدة .

وعـلى مر الزمن ، برز تسلل مصادر وسائل الإعلام إلى محاولات تحقيق أهداف مؤسسات أخرى ، واستمرت تزداد قوة . وأصبحت مصادر معلومات وسائل الإعلام فى المؤسسات الترفيهية ، أو لقضاء أوقات الفراغ مثلاً ، ضرورية للأنشطة التى تكاد تحدد الرياضة الأمريكية مثل سلاسل المباريات العلمية أو لعبة البولنج الممتازة . ويمكن رؤية الاعتماد القوى لوسائل الإعلام الآن على النظام الترفيهى بسهولة أكثر فى تعديل القيم والقـواعـد السلوكية للثقـافـة الرياضية [١٣] ، وإعادة وضع قواعد ألعاب التنس وكرة السلة ، وتسعى كل الـرياضـات للازدهـار عن طريق الـوصـول إلى مصـادر وسائل الإعـلام . وفى كل مجال آخـر ، سواء كان نظامـاً عسكرياً أو تربوياً أو عائلياً أو دينياً أو علمياً أو صحياً ، يمكننا أن نرى زيادات فى الاعتماد على وسائل الإعلام ، وبالمثل تطور نظام وسائل الإعلام ذاته إلى شكل أكثر تعقيداً ، إذ كان ينبغى أن ينشىء علاقات عديدة أصبحت أكثر أو أقل ضرورة لرخائه وبقائه .

ومن أجل تقييم مدى الأهمية التى أصبحت لنظام وسائل الإعلام ، فإنه من المفيد تصـــور ما سوف يحدث لتنـظيم الحياة الشخصية أو الاجتـماعية ، لو أن كل أشكـال الاتصـالات الجـماهـيرية التى لدينا اليوم اختفت فجأة لأسباب لا يمكن تعليلها . . فكيف يمكن أن يتمكن الناس من فهم العالم الذى يعيشون ويعملون ويلعبون فيه ، إذا اختفت كل وسائل الإعلام ؟ وكيف يمكن أن تحقق الجماعات والتنظيمات أهداف فهمها أو عملها أو تسليتها ؟ وكيف يتسنى الحفاظ على النظام والاستقرار ، وإحداث التغيير الاجتماعى ، وكيف يخوض الناس الصراعات القومية أو المحلية أو كيف تحلها ؟ وكيف يحدث التكيف مع البيئات المتغيرة ؟ وكيف نواصل المعانى المشتركة التى تجعل مجتمعنا المعقد ممكناً ؟ وفى عبارة موجزة : كيف يبقى مجتمعنا كما نعرفه ؟

* * *

الهوامش

1. For a review of media system dependency theory, see: S. J. Ball-Rokeach, "The Information Perspective," paper presented at the Annual Meeting of the American Sociological Association, Montreal, 1974; S. J. Ball-Rokeach and M. L. DeFleur, "A Dependency Model of Mass Media Effects," *Communication Research* 3 (1976); 3–21; S. J. Ball-Rokeach, M. Rokeach, and J. W. Grube, *The Great American Values Test: Influencing Behavior and Belief Through Television* (New York: Free Press, 1984); S. J. Ball-Rokeach, "The Origins of Individual Media System Dependency: Sociological Framework," *Communication Research* 12 (1985); 485–510; S. J. Ball-Rokeach and M. G. Cantor, eds., *Media, Audience and Social Structure* (Beverly Hills, Cal.: Sage, 1986).
2. Ball-Rokeach, Rokeach, and Grube, *The Great American Values Test*.
3. K. Guthrie, A. Grant, and S. J. Ball-Rokeach, "Media Dependency, Television Shopping and Television Shoppers: Theoretical Significance and Empirical Test," ICA paper, 1988.
4. This is a dimension of the "active audience" that deserves more attention.
5. Ball-Rokeach, Rokeach, and Grube, *The Great American Values Test*.
6. See Ball-Rokeach, "Origins of Individual Media System Dependency," for a fuller discussion.
7. D. S. Solomon, "Health campaigns on television." In D. Pearl, L. Bouthilet, J. Lazar (Eds.), *Television and Behavior: Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties*, Vol. 2, pp. 308–21 (Rockville, MD: NIMH (1982).
8. P. Tannenbaum, ed., *The Entertainment Functions of Television* (Hillsdale, N.J.: Erlbaum, 1980).
9. For a discussion of the characteristics of a "natural media exposure situation," see Ball-Rokeach, Rokeach, and Grube, *The Great American Values Test*, Chapter 4.
10. See Ball-Rokeach, "Origins of Individual Media System Dependency."
11. S. J. Ball-Rokeach, "From Pervasive Ambiguity to a Definition of the Situation," *Sociometry* 36 (1973): 378–89.
12. P. Clarke and S. Evans, *Covering Campaigns: Journalism in Congressional Elections* (Stanford, Cal.: Stanford University Press, 1983).
13. J. L. Sewart, "The Commodification of Sport," in Ball-Rokeach and Cantor, *Media, Audience, and Social Structure*, 1986, pp. 174–88.

الفصل ١٢

نظم وسائل الإعلام التى برزت

فى العقـود التى أعقبت ظهـور التليفـزيون ، شهـدنا ظهور عدد رائع من تكنولوجيات الاتصالات أثارت خيال أولئك الذين يسعون إلى استخدامها لخلق نظم جديدة من وسائل الإعـلام . ونحن نعرف أن بعض أشكال نظم وسائل الإعلام الجديدة فقط هى التى سوف تتطور فعلاً لكى تصبح وسائل إعلامنا الجماهيرية فى المستقبل غير البعيد جداً .

ونحن نبدأ هذا الفصل بمناقشة تكنولوجيات المعلومات الأكثر احتمالاً فى أن تندمج فى نظم وسائل إعلام جديدة ، وبعض هذه التكنولوجيات مثل الحاسبات الشخصية والرئيسية ، أصبحت سمات عادية فعلاً لبيئتنا ، ولكنها لم تتحول بعد بنجاح إلى نظم وسـائـل إعـلام قومية ، وأخرى مثل تليفزيون الكابل التى تنقل بالقمر الصناعى ، وجدت فعلاً ولها مستقبل ذا شأن مستقبلاً ، لأنها قد تتكيف لتخدم استعمالات جديدة فى نظم وسـائـل إعـلام جديدة . وهنـاك ما هو أكثر من ذلك ، مثل التليفزيون ذى الاتجاهين ، والفيديوتكس ، وهى وسائل اتصال تمثل نوعاً أكثر ثورية من تكنولوجيات الاتصـالات ذات التفاعل التبادلى ، قد تتحول أو لا تتحول بنجاح إلى وسائل إعلام لا تستخدمها منظمات غنية أو قوية فحسب ، بل أيضاً بواسطة أشخاص عاديين خلال الحياة اليومية [1] .

وكما أن نظم إعلامنا الجماهيرية المعاصرة هى نتاج قوى اجتماعية تقرر أى التكنولوجيات تبقى ، وكيف تتطور إلى نظم وسائل إعلام ، فإن وسائل إعلامنا للمستقبل ستكون كذلك نتاج قوى سياسية ، وقانونية ، واجتماعية أخرى . والواقع أن عدم معرفة كل القوى الاجتماعية التى قد يطلق لها العنان يضعنا فى موقف غير متيقن ، ونحن نعتقد أننا نعرف أية تكنولوجيات سوف تستخدم ، ولكننا لا نعرف أية حفنة من ملايين التجمعات والتبديلات الممكنة سوف تظهر كوسيلة إعلام جماهيرية . ومن ثم ، فإننا نختتم هذا الفصل من حيث بدأنا هذا الكتاب : بفحص صور مثالية للفكر الاجتماعى ، وكيف يمكن أن تمدنا بمعلومات فى محاولتنا التنبؤ بنظم وسائل الإعلام فى غدنا .

تأثير الحاسبات الالكترونية (الكمبيوتر)

تعتبر الخطى المتزايدة باستمرار لتطوير التكنولوجيات إلى نظم اتصالات جديدة سمة مميزة لعصرنا ، إذ بينما تطلب الأمر ثلاثة قرون بعد اختراع آلة الطباعة ، لكى تبرز الصحف كوسيط هام للاتصالات ، فإنه لم يمر غير ٣٣ عاماً فقط (من ١٨٨٨ إلى ١٩٢١) بين اكتشاف هيرتز لموجات اللاسلكى وبدء الإذاعة المنتظمة فى الولايات المتحدة . وبالمثل ، فإنه رغم أن الحاسب الالكترونى الأول ــ الكمبيوتر ــ صنع فى ١٩٤٦ (على أساس تكنولوجيا الصمام المفرغ) فإن الرقائق الدقيقة « الميكروتشيبس » التى هى المكون الرئيسى فى أجهزة الكمبيوتر الصغيرة القوية الموجودة اليوم ، لم يكن ممكناً الحصول عليها حتى ١٩٧١ (عندما اخترعها مارشيان هوف الصغير) إنه هذا الكمبيوتر المألوف الآن الذى يعلو المكتب ، أو الكمبيوتر الشخصى الذى قد يكون جزءاً رئيسياً فى بعض نظم الاتصالات مستقبلاً على الأقل . ويمكن التأكيد على القدر الذى زادت به خطى التطوير مرة أخرى ، إذا لاحظنا أن التسويق الجماهيرى لأجهزة الكمبيوتر الشخصية لم تبدأ حتى ١٩٧٥ !

لقد كانت الشركات والحكومات ، أو الهيئات الأخرى التى لديها المال والمكان هى وحدها التى كان فى إمكانها استخدام أجهزة كمبيوتر ضخمة « الحاسب الرئيسى » التى

تقوم على أساس تكنولوجيا الصمامات المفرغة . وفى ذلك الحين ، كانت تلك الآلات تبدو شيئاً عجيباً هائلاً ، فقد كان فى إمكانها أن تختزن ، وتنسق ما كان يبدو يومئذ كمية مذهلة حقاً من المعلومات وبسرعة مذهلة أيضاً كانت تبدو عجيبة كذلك . وعلى سبيل المثال ، فإن العلماء الذين اعتادوا قضاء أسابيع ، بل وشهور لاستخراج معادلة ، أو إجراء تحليلات إحصائية ، وجدوا فجأة أنهم يجب أن يغيروا طريقتهم وسرعتهم فى العمل ، إذ أنك لكى تفعل فى دقائق ما كان يتطلب أسابيع فى العادة ، وأن تكون قادراً على التنافس مع العلماء الآخرين ، كان عليهم أن يتعلموا كيف يستخدمون آلة للمعلومات تبدو وكأنها خرجت من أحد أفلام الخيال العلمى .

أجهزة كمبيوتر شخصية

كان عصر أجهزة الحاسب الرئيسى الضخمة ذات الصمامات المفرغة قصيراً ، فالتقدم السريع فى تصغير الأجزاء المكونة ، والإنتاج الكبير ، أديا إلى تقليل لا يصدق فى مساحة المكان والأموال اللازمة لامتلاك جهاز كمبيوتر ، كما أن التقدم السريع فى البرامج ، جعل أجهزة الكمبيوتر أكثر « وداً حيال من يستعملها » وفى منتصف الثمانينيات تقريباً ، كان ١٥٪ من بيوت الأسر الأمريكية لديها كمبيوتر صغير جداً .

وإلى جانب الانتشار السريع لأجهزة الكمبيوتر الصغيرة ــ من صِفر إلى ١٥٪ من بيوت الأسر الأمريكية فى عشر سنوات تقريباً ــ رأينا زيادة سريعة فى قدرتها على التذكر أو الاختزان ، فقد ارتفعت قدرة اختزان الأرقام والرسائل ، أو الرموز الأخرى ، من ألف « بايت » أو الرموز الفردية للمعلومات (١ ك فى لغة الكمبيوتر) فى الأشكال المبدئية الأخرى إلى عدة ملايين من الحروف والرموز (عدة ميجابايت) فى أواخر الثمانينيات ، وهكذا يستطيع صاحب البيت ، أو مديرو دور الأعمال الصغيرة الآن أن تكون لديهم آلة فوق المكتب ، تتجاوز قدرتها وسرعتها تلك الحاسبات الرئيسية الضخمة التى كان يعتقد أنها من عجائب التكنولوجيا الرفيعة منذ عقدين فقط .

وسيستمر هذا الاتجاه بلاشك ، وسرعان ما سيكون لدى أجهزة الكمبيوتر الشخصية ذاكرة تتعامل مع قدر من المعلومات يمكن أن يكون لدى صاحب بيت ، ومع ذلك ، فإن مثل هذه الزيادات تظل مهمة ، وخاصة إذا استخدمت الأدوات التى فى

نظم ذات تفاعل تبادلى متطورة لتبادل المعلومات . وبوجه عام ، فإنه كلما كانت الذاكرة الداخلية للكمبيوتر أكبر ، كان عدد الاتصالات والمهام الإعلامية التى تستطيع أداءها أكبر ، وكلما كان عدد المهام التى يمكن القيام بها فى وقت واحد أكبر ، كان تعدد الاستخدامات أكبر . ومن ثم ، فإن فائدة الجهاز سوف تزداد كلما زادت وظيفته وسرعة ذاكرته وقدرتها إلى درجة معينة .

وهناك أدلة على أنه بمجرد اقتناء جهاز كمبيوتر حتى مع احتفاظه بذاكرة واحدة ، فإن الضغوط سوف تزداد بسرعة لشراء جهاز أو أكثر من الآلات الإضافية . وفى كثير من الحالات ، فإن الآخرين الذين يعيشون فى منزل الأسرة سوف يريدون أداء أعمال أحضروها من المكتب إلى البيت ، أو يريدون إجراء حسابات منزلية ، أو رسائل ، أو مهام تسويق ، أو أعمال مصرفية ، كما أن الأطفال يريدون الكمبيوتر لأداء واجباتهم المدرسية فى المنزل أو للتسلية . إن جهاز كمبيوتر صغير واحد ، بغض النظر عن سرعته أو طاقة استيعابه لا يستطيع التعامل مع كل هذه المطالب . ومن ثم ، فقد أصبحت الأسر التى لديها أجهزة كمبيوتر متعددة منتشرة بصورة متزايدة .

وبالإضافة إلى الواقع الذى أخذ يتكشف عن السوق الواسعة النطاق ، لأجهزة الكمبيوتر الشخصية ، حيث انخفض ثمن الوحدة من ذاكرة الجهاز . ومع أن أجهزة الكمبيوتر الشخصية ذات الطاقة المرتفعة للاستيعاب ليست رخيصة فى الوقت الحاضر ، فإن نمط الانخفاض المطرد فى السعر يوحى بأن ثمنها سيكون ممكناً تحمله للكثيرين فى المستقبل غير البعيد جداً ، وهناك عامل آخر وهو الكمبيوتر الذى يصنع بطريقة « التقليد الأعمى » التى تكفل تكاثر الإنتاج ، وقد ظهرت عشرات من الأنواع ، بعد النظام الجديد الذى وضعته شركة آلات العمل الدولية ، أو منتجون رئيسيون أمريكيون آخرون . وأكثر هذه الأنواع من دول العالم الثالث التى يمكنها أن تنتج بثمن رخيص لا لأن تكاليف العمال أقل كثيراً فحسب ، بل ولأنها أيضاً لم يكن عليها أن تقدم الاستثمارات المبدئية فى البحوث والتطوير ، والمحصلة الأخيرة قد تكون طيبة أو سيئة وفقاً لنظرة المرء إليها . وأصحاب المصانع الرئيسية يعانون من ذلك ولكن ظهرت أجهزة كمبيوتر بطريقة التكاثر قوية إلى حد ما لتكون متاحة للأسر أو دور الأعمال ، والتى لولا ذلك لما أمكنها تحمل ثمنها .

وتوحى كل هذه التطورات بأن معدل الانتشار السريع لأجهزة الكمبيوتر الصغيرة

سوف يستمر ، ويستمر معه الاحتمال المتزايد بأنها سوف تصبح حجر الزاوية فى وسائل الاتصال الجماهيرية مستقبلاً . ومن ثم ، فإن هناك اتفاقاً عاماً على أن بعض التكنولوجيات الخاصة بوسائل الاتصال الجماهيرية الناجحة فى المستقبل على الأقل ، سوف تقوم على أساس أجهزة كمبيوتر شخصية يمتلكها ويعمل عليها أناس عاديون ، ليسوا خبراء كمبيوتر . ولاتزال نسبة الـ ١٥٪ الحالية من البيوت الأمريكية التى تملك أجهزة كمبيوتر قليلة إذا قورنت بأولئك الذين يمتلكون أجهزة التليفزيون وأجهزة الاستقبال الإذاعية . ومع ذلك ، فإن منحنى الخط البيانى أخذ فى الصعود ، ويبدو أن تقديرات احتمالات المستقبل واقعية ، وهى أن أغلبية البيوت الأمريكية سوف يكون لديها جهاز كمبيوتر خلال عقد واحد أو نحو ذلك .

وكما كان على الشخص العادى فى القرن التاسع عشر أن ينمى قدرته على القراءة لكى يستخدم الصحيفة اليومية ، فإن على الناس اليوم أن يصبحوا قادرين على « معرفة القراءة والكتابة على الكمبيوتر » قبل أن تتمكن وسائل الإعلام الجماهيرية ذات القاعدة الالكترونية من أن تبرز وتنجح . وكما كان ظهور نظام التعليم العام أمراً حاسماً بالنسبة للأشخاص الذين يتعلمون القراءة ، فإن نظام التعليم العام اليوم ضرورى أيضاً لتنمية القراءة والكتابة على الكمبيوتر بين الجماهير . والواقع أن مستوى المهارة المطلوب لاستخدام وسائل الإعلام القائمة على الكمبيوتر ، مستوى القدرة على القراءة والكتابة المطلوب لقراءة الصحف ، عند أدنى حد ممكن ، فالناس ليسوا فى حاجة لأن يصبحوا واضعى برامج للكمبيوتر أكثر مما ينبغى على قراء الصحف أن يصبحوا محررى صحف أو محررين لها .

وعلى الرغم من مثل هذه المتطلبات المنخفضة من المهارة ، فإنه من المرعب غالباً بالنسبة للأشخاص ــ وخاصة الكبار ــ أن يضطروا إلى تعلم وسائل جديدة لعمل الأشياء . ولأن كثيرين من الأطفال يكتسبون اعتياداً على استخدام الكمبيوتر الصغير فى خلال دراستهم الإعدادية والثانوية ، فإن انعكاس دور السن بين الكبار وأطفالهم آخذ فى الظهور . والوضع التقليدى بأن يكون الآباء أكثر مهارة من أطفالهم فى تكنولوجيا الإعلام الحاسمة فى العمل واللعب والبقاء ، كثيراً ما ينقلب رأساً على عقب ، إذ أن الأطفال لا يحصلون على الراحة النفسية التى تأتى مع معرفتهم كيف يستخدمون الكومبيوتر قبل أن يفعل آباؤهم ذلك فحسب ، بل ولأن الأطفال الصغار يفعلون ذلك

أيضاً قبل أشقائهم ، أو شقيقاتهم ، الكبار . ويتضح الإحباط فى هذه العلاقات التى « تتجاوز التزامن » فى وجوه كثير من طلبة الكليات الذين يعانون عند العودة إلى البيت خلال العطلات من شعور بالمهانة لأنهم يعاملون مثل الديناصورات من أفراد الأسرة وأشقائهم الأصغر سناً ، الذين يقرأون ويكتبون على الكمبيوتر . ومثل هذا الانفصال عن الأسرة والحياة العائلية أمر شائع ، ولكنه مؤقت ، وهو من خصائص ثورات الاتصالات .

الحاسبات فى اقتصاد الخدمات

مع أن امتلاك أجهزة الكمبيوتر الشخصية لم يصل إطلاقاً إلى أعلى نقاطه من منحنى الخط البيانى للانتشار ، فإن تعاملات الكمبيوتر أصبحت بشكل أو آخر جزءاً من الحياة اليومية لكل أعضاء المجتمع الحديث فعلاً . وتسمى المجتمعات الحديثة بوجه عام « مجتمعات الإعلام » وهو لقب يلخص تحولاً ضخملاً للاقتصاد ، بالنسبة للمجتمع الصناعى ، يتميز بالإنتاج الكبير لسلع مادية،مثل السيارات ، أو الصلب ، والخضوع لمجتمع يقوم اقتصاده على إنتاج وتوزيع خدمات إعلامية غير ملموسة . وتشمل الخدمات الإعلامية خدمات قانونية ، وحكومية ، وسياحية ، وترفيهية ، وطبية ، وإدارية ، ومالية ، وعلمية وطبيعية بطبيعة الحال . وكانت نظم الاتصالات والإعلام التى تقوم على أساس الكمبيوتر ، وكل من أجهزة الكمبيوتر الصغيرة والحاسبات الرئيسية ذات أهمية فى تطور هذا الاقتصاد للخدمات الإعلامية .

وتتصل نسبة كبيرة من سكاننا يومياً بحاسبات الكترونية رئيسية ، سواء عرفوا ذلك أم لا . وهذه الاتصالات بنظم وسائل الاتصال الجماهيرية ليست لنقل الأنباء ، والتسلية وما إلى ذلك بالمعنى التقليدى من جانب واحد ، ولكنها تتضمن أعداداً هائلة من الأشخاص الذين يرسلون ويتلقون أنواعاً مختلفة من المعلومات التى تتعلق بالأعمال والخدمات ، فى أنحاء المجتمع والمنشآت التجارية ، ودور الصناعة ، والوكالات الحكومية ، ومؤسسات التعليم ، وغيرها من المنظمات الأخرى ، سواء كانت تدير أنظمتها الخاصة من الحاسبات الرئيسية ، أو تشترك فى نظم للمشاركة فى الوقت .

والمشاركة فى الوقت هى ترتيب لاستخدام حاسب رئيسى مع عملاء آخرين

كثيرين ، وهو اسم قد أصبح عتيقاً فى كثير من النواحى . وفى حين أصبحت ذاكرة الكمبيوتر ، ونظم تشغيل الحاسبات الكبيرة أكثر تطوراً ، فإن الشركة يمكن أن تخصص جزءاً معيناً من الذاكرة لملفاتها ، (قاعدة بيانات) كما يمكنها أيضاً أن تؤدى عملياتها دون أن تضطر إلى أدائها فى حيز ضيق من الوقت . ومع استخدام أجهزة « موديم » ، وهى أجهزة تتيح استخدام خطوط التليفون أو كابلات الألياف البصرية لإرسال رسائل ، فإنه لن يكون على المنتفعين الآن إلا تركيب أو استئجار النهاية الطرفية للإرسال والاستقبال لربطها بالمكان الخاص بها فى الكمبيوتر المركزى .

ومن أجل الاستقبال والإرسال « عن طريق الحاسب الرئيسى » ، يقوم المنتفعون ببعث رسائل إلى الحاسب الرئيسى بكتابتها على لوحة الحروف فى النهاية الطرفية . وفى نفس الوقت ، يتم استقبال هذه المعلومات فى حاسب رئيسى يوجد على مسافة بضعة أميال ، أو حتى فى مدينة أو دولة أخرى . وكذلك تعرض المعلومات على شاشة فيديو المنتفع ، فقد أصبح المسافرون مثلاً معتادين التعامل مع وكلاء الحجز لشركات الخطوط الجوية الذين يتصلون بحاسب رئيسى يكون موضوعاً عادة فى مدينة أخرى . ويقوم وكلاء حجز التذاكر بكتابة معلوماتهم على الآلة الكاتبة بالنهاية الطرفية التى تتصل بخطوط تليفونية ، بنظام الميكروويف ، أو حتى بإرسالها بالقمر الصناعى إلى الكمبيوتر الذى يقوم عندئذ بعملية فرز من خلال كل المعلومات الخاصة بالمواعيد التى يختزنها ، ليرى إن كانت هناك أماكن باقية فى الرحلة الجوية المطلوبة ، فإذا كان الوكيل قد أرسل الطلب كما ينبغى ، فإن الكمبيوتر يبعث رداً سريعاً يعرض بشكل مرئى على شاشة الوكيل . وعند وصول المسافر إلى الوجهة المرغوبة ، تستمر الاتصالات تقريباً بأجهزة الكمبيوتر بالتأكيد . ويمكن إجراء مكالمات تليفونية ببطاقة ائتمان مع البيت أو المكتب ، كما يمكن حجز سيارة مستأجرة ، وفحص بطاقة ائتمان العميل عن طريق الكومبيوتر . بل إن قطار الأنفاق إلى الفندق ربما كان يدار بالكمبيوتر ، وسوف يتحقق كاتب الفندق من الحجز بالمثل ، ويقوم بفحص بطاقة الائتمان . وبينما يكون المسافر مرتاحاً بغرفته بالفندق ، فإنه يستطيع أن يأمر بحجز تذكرة للسينما ، أو يطلب إيقاظه تليفونياً وذلك بالتحدث إلى جهاز الكمبيوتر .

وليس المسافرون وحدهم هم الذين يقومون باتصالات متكررة مع العاملين فى الخدمات ، الذين ينسقون المعلومات عن طريق أجهزة الكمبيوتر فى منظماتهم أو فى نظام

مشترك ، بل إن عدداً يتزايد باستمرار من الجوانب الروتينية فى الحياة اليومية تتضمن مثل هذه الاتصالات أنشطة متنوعة ، مثل : الذهاب إلى مجمع تجارى « سوبرماركت » ، أو عمل بطاقة ائتمان للشراء من أحد المتاجر ، أو الحصول على تذكرة مرور « مخالفة مرور » ، أو الاقتراع ، أو الحصول على ترخيص لحيوان أليف ، أو استرداد قيمة شيك ، أو أى عمل مصرفى ، أو التسجيل لمقرر دراسى بإحدى الكليات .

ويمثل هذا الانتشار السريع لهذا النوع من العلاقات غير المباشرة إلى مجموعة متنوعة من الحاسبات الصغيرة ، والمتوسطة ، والكبيرة تغييراً هاماً فى عمليات الاتصال التى تدار بها الحياة اليومية للأعمال . وكان الناس يعتمدون أساساً على أناس آخرين منذ أكثر من عقد واحد بقليل ، وذلك لتدبير تعاملات ترسل عن طريق مدوّنات ورقية ، داخل المنظمات أو عن طريق البريد ، أما الآن ، فإن الأفراد والمنظمات ، ومجتمعات بأسرها يجب أن تعتمد إلى حد كبير على أشخاص آخرين فى مهن إعلامية جديدة ، الذين يعتمدون على شبكاتهم من النهايات الطرفية وأجهزة الكمبيوتر ، وهذا الاعتماد المتزايد للحياة الاقتصادية والاجتماعية على خدمات إعلامية تقوم على أساس الكمبيوتر ، يصبح واضحاً بصورة مزعجة ، عندما تتوقف الأنشطة لأن أجهزة الكمبيوتر أصيبت بالخلل .

وهذه التطورات المثيرة فى نمو الشبكات التى تعمل بالكمبيوتر لإرسال واستقبال وتخزين المعلومات ، لا تمثل وسيلة اتصال جماهيرية بالمعنى التقليدى ، فهى من نواح عديدة مجرد إبدالات الكترونية لأشكال أخرى من إرسال المعلومات واختزانها واستعادتها ، تلك التى تقوم على المعاملات الورقية ، وأشكال ، وملفات ، وتعديل داخلى لسجلات مكتوبة ، أو استخدام البريد . ومع ذلك ، فإن الشبكات الجديدة جزء من نظم وسائل اتصالات مجتمعنا ، وهى جديرة بأدق اهتمام ممكن من جانب الدارسين والباحثين ، ولهذا التحول فى نظم الاتصالات الاجتماعية تأثيرات على كل من الأفراد والمجتمع بوجه عام ، وإن لم تكن كما يعتقد دارسو وسائل الإعلام عادة عندما يتأملون « تأثيرات » الاتصال .

وهناك تأثير واضح لهذه التغييرات الهامة فى تنسيق المعلومات فى مجتمعنا ، وهى سرعتها الأعلى ، ودقتها الأكبر ، وتكاليفها الأقل . وهو تغيير كبير فى تركيبة القوى العاملة . ومع أن ذلك قد يبدو « تأثيراً » فورياً للاتصالات ، فإنه نتيجة واضحة للتغييرات التى تقع . والواقع أن أحد هذه التأثيرات هى البطالة التركيبية (أى فى تركيبة

العمل) ، أو البطالة التى تسببها الخسارة الدائمة للصناعات والمهن . وفى هذه الحالة ، لا يتم الاستغناء عن العمال بصورة مؤقتة حتى تعود أوقات اقتصادية أفضل ، بل إن وظائفهم أو مهنهم تختفى تماماً ، ولن تعود قط .

وحيث إن عدداً أقل كثيراً من الكتبة ، على سبيل المثال ، مطلوبون لإعداد وتنسيق سجلات الأوراق ، فقد اختفى العديد من الوظائف الكتابية الأدنى مستوى ، وهناك أمثلة أخرى عديدة أقل وضوحاً أو ظهوراً . وقد كان لاستنفاد الموظفين الكتابيين من القوى العاملة فى أمريكا عواقب حقيقية للغاية فى صناعات يبدو أنه لا علاقة لها بذلك ، مثل البيع بالتجزئة ، (الذى يجب الآن أن يتكيف وفقاً لتوزيعات جديدة للدخول) والتصنيع (الذى قد يضطر إلى خفض إنتاج سلع استهلاكية كان يشتريها سابقاً أولئك الذين عزلوا من أعمالهم) والترفيه (الذى قد يصبح الآن شيئاً كمالياً بالنسبة للذين انخفضت مواردهم المالية) وما إلى ذلك . . ومثل هذه التبدلات الاقتصادية تؤثر بشكل غير مباشر على أجزاء كثيرة من النظام الاجتماعى ، بما فى ذلك صناعة الأزياء ، وواردات مختلفة من الملابس الأرخص والسلع الاستهلاكية الأجنبية الصنع ، بل إن المعاهد التعليمية سريعة الاستجابة لتوزيعات الدخول المتغيرة فى المجتمع .

إن اتجاهات البطالة التركيبية ، التى أوجدتها جزئياً على الأقل نمو شبكات الكمبيوتر ، هى جزء من المرحلة الانتقالية إلى اقتصاد خدمة المعلومات . وقد أحس العمال الكادحون ذوو الأجور المرتفعة بوطأة الأثر أولاً عندما فقدوا وظائفهم فى مصانع الصلب القديمة وصناعات السيارات ، وهم يجدون الآن أن فرص العمالة تزداد تضاؤلاً ، لأن وظائفهم تم تصديرها ــ إذا جاز التعبير ــ إما إلى عمال أقل أجراً فى دول العالم الثالث حديثة التصنيع ، أو إلى دول أكثر تقدماً فى الاستخدام الفعال للتكنولوجيات القائمة على الكمبيوتر . ولم يؤد ضياع الدخل الممكن إنفاقه إلى خلق طبقة من العاطلين الذين تركوا وسط غبار التغيير فحسب ، بل إنه خلق أيضاً صعوبات لكل الأعمال التى اعتادت أن تخدم احتياجاتهم وأذواقهم .

وعلى الوجه الآخر من العملة ، ظهرت تخصصات مهنية جديدة حول الإدارة التى تستخدم الكمبيوتر وتنسيق الأعمال ، والتعاملات الصناعية والتجارية ، وقواعد البيانات . ويجد الأشخاص فى هذه التخصصات أن توقعاتهم أكثر إشراقاً ودخولهم تزداد ، ولهذا النمو بدوره آثار غير مباشرة على دور الأعمال ، وتشمل منظمات وسائل

الإعلام التى تقدم السلع والخدمات إلى عملاء أعلى مرتبة . وهكذا ، فإنه بينما يفقد نوع من الأعمال عملاءه ، فإن نوعاً آخر قد يفوز بهم .

وفى حين أنه قد يكون من العسير تتبع كل هذه التأثيرات ، فإنها حقيقية جداً فى نتائجها . إذ أنه على المستوى الفردى ، يشعر الشخص بكل تأكيد بتأثير : الغضب ، الإحباط ، فقد احترام الذات ، وذلك عندما يفصل من وظيفته ، لأن جهاز كمبيوتر يؤدى العمل الآن . وعلى الجانب الآخر ، هناك تأثير يمكن رؤيته تماماً ، بالنسبة لفرد حصل على درجات متقدمة فى دراسة معلومات الكمبيوتر ، وحصل على وظيفة مرتفعة الأجر بسبب ازدياد استخدام الكمبيوتر .

ومثـل هذه التأثيرات أقل ظهوراً على المستوى الاجتماعى ، ولكى يفهمها دارس الاتصـالات ، فإنـه يحتاج إلى أن ينظر إلى المجتمع باعتباره نظاماً اجتماعياً فى مرحلة انتقال . ومن أجل عمل ذلك ، فإن منظور البناء الوظيفى سيكون مساعداً ، أى أن تركيب المجتمع (القوى العاملة ، نظام التركيب الطبقى) يمر بتغييرات تحل فيها نظم إعـلامية / اتصـالات جديدة محل الأشكـال القـديمـة . وتخلق الوظائف أو الأنشطة النمطية للنظم الجديدة ، على الأقل ، بعض حالات اختلال توازن ، أو عدم استقرار اجتماعى فى خلال فترة الانتقال (بطالة ، اتساع أو تقلص أعمال ، ووكالات خدمات مختلفـة ، وازدياد انعـدام المشـاعـر الشخصية فى العـلاقات الإنسانية ، وتغييرات فى مؤشرات اجتماعية متنوعة) . ومع ذلك ، ففى بعض الحالات ، يعود التوازن عندما يتكيف المجتمع للتغييرات ، ويجد الأفراد مكاناً لائقاً فى النظام الجديد .

وبعبارة أخرى ، فإنه يمكن تناول تحليلات هذه الأنواع من التأثيرات غير المباشرة ، فى إطار البناء الوظيفى من أجل اكتشاف طبيعة الأجزاء التى برزت من النظام المتغير ، حيث يحدث اختـلال وظيفى ، وكيفية معـالجتـه ، وأى إسهام يقدم للمجتمع إجمالاً بواسطة وسائل الاتصال والإعلام الجديدة .

وفى مثل هذا التحليل ، فإنه ، حتى السلوك المنحرف ، يحتاج إلى تقييم ، إذ أن التغييرات فى نظام اتصـالاتنـا للتنسيق الأسـاسى للمعلومات لم يحدث تطابقاً وسلوكاً تقليدياً متماثلاً . وسوف يتنبأ دوركهايم ، وغيره من الدارسين الكلاسيكيين بأنه لا مفر من قدر معـين من الانحراف . والواقع أن الإنسان غير مضطر إلى النظر بعيداً لكى يكتشف ذلـك ، إذ أن « الأشخاص المتميزين » المهرة استطاعوا بفهم متطور لأجهزة

الكمبيوتر اقتحام الملفات الالكترونية من أجل مجموعة متنوعة من الأغراض . وقد خلق هذا النشاط مطالبات بعدد من القوانين الجديدة ، مما أتاح للمحامين المزيد من الأشياء التى يتنازعون حولها . غير أنه ، إلى جانب مثل هذه الأمثلة ، لم يتم فهم إلا القليل جداً بشأن الكيفية التى تغيرنا بها شبكات حاسباتنا الالكترونية . ومازالت مجموعة دارسينا للاتصالات مشغولين بمسائل أكثر تقليدية تتعلق بأجهزة وسائل الإعلام التى توطدت .

الحاسبات ووسائل الإعلام الجماهيرية

هل يكفى الاستخدام المتصاعد لأجهزة الكمبيوتر الشخصية بواسطة الأفراد فى المنازل ، والاستخدام الواسع لنظم الإعلام القائمة على الكمبيوتر فى المجتمع ، لخلق وسائل إعلام جماهيرية جديدة ؟ لا يبدو أن هذا أمر محتمل ، إذ أنه لكى يكون لدينا نظام جديد من وسائل الاتصال الجماهيرية ، سيكون على الشخص العادى أن يكون لديه جهاز كمبيوتر والمهارات معاً ليكون قادراً على استخدام الكمبيوتر فى الحياة اليومية ، كما تستخدم وسائل الإعلام الأخرى الآن . وحتى إذا أصبحت قراءة وكتابة الكمبيوتر شائعة ، وحتى إذا كان فى كل بيت كمبيوتر شخصى مزود بجهاز لتحويل الإشارات إلى رموز للكمبيوتر ، بحيث يمكن وصله بشبكات واسعة ، فإنه من الصعب رؤية كيف يمكن أن ينمو نظام جديد من الاتصالات الجماهيرية من هذه القاعدة وحدها .

إن جوهر الاتصالات الجماهيرية كما نعرفها الآن ، هو أن رجال إعلام محترفين يديرون وسائل الإعلام من أجل الربح ، بنشر المعلومات إلى جماهير كبيرة متغايرة العناصر ، على أساس مستمر تقريباً . أما شبكة الكمبيوتر التى يبث بها الناس ، كل منهم رسائل للآخر ، فهى نوع مختلف تماماً من العمليات . ومن الصعب تصور كيف يتسنى استخدام مثل هذا النظام بواسطة أغلبية مواطنينا ، وكيف يمكن دعمه مالياً ، أو ما هى الخدمات التى سوف يقدمها إلى جماهير كبيرة غير متجانسة . إن وجود أناس يكتبون رسائل لبعضهم البعض عن طريق أجهزة الكمبيوتر المنزلية ، ستكون له من نواح عديدة فوائد قليلة على شبكة التليفون التى لدينا فعلاً . غير أنه فى أوساط دوائر الأعمال ، حيث توجد سجلات المذكرات ، والرسائل ، والتعاملات الهامة ، سوف تكون له فوائد . والواقع أن نظماً ذات تنظيمات داخلية من هذا النوع (مثل البريد

الالكترونى القائم على الكمبيوتر) تستخدم فعلاً ، أما بالنسبة للمستعمل العارض الذى يبعث برسائل لتحية الأقارب ، أو يتبادل الدردشة ، أو يطلب موعداً ، أو يستفهم عن سعر « الراوند » « نوع من النبات يؤكل » ، فسوف يبدو أن الشبكة الواسعة ستكون لها فوائد أكثر قليلاً من التليفون الحالى .

وهناك توقع أكثر احتمالاً ، وهو أن وسائل الإعلام الجماهيرية الجديدة سوف تتطور بجعل الحاسبات تقترن بأشكال متغيرة حديثة من تليفزيون الكابل . والواقع أنه بدأ استخدام وسائل الإعلام التجريبية التى تستخدم هذه التكنولوجيا فعلاً .

تليفزيون الكابل الأساسى

شهدنا فى الفصل ٤ أن تليفزيون الهوائى عند الجماعة المحلية المعروف باسم (سى . إيه . تى . فى) أى تليفزيون الكابل ، ظهر فى ١٩٥٠ كوسيلة لتحسين الاستقبال فى المجتمعات الريفية ، لأغراض تتعلق بالتضاريس الطبيعية (مثل سلاسل الجبال) أو أبعاد جغرافية ، وكانت له قدرات محدودة للاستقبال التليفزيونى على الهواء . وقد ظهر تليفزيون الكابل رخيصاً نسبياً ، كما كان بسيطاً فنياً . وتم تركيب هوائيات استقبال فوق المناطق الجبلية لزيادة مدى الاستقبال . وكانت عمليات الإرسال ترسل عن طريق كابل من الهوائى إلى منازل المشتركين . وقد تحسنت قدرة القناة ودقة استقبال الصورة ، لأن إرسال الكابل كان لا يتأثر نسبياً بحدود الفضاء الجوى ، ومشكلات التشويش فى التليفزيون التقليدى الذى يذيع على الهواء . وكانت التكاليف المبدئية لتوصيل المنازل بهوائى تليفزيون الكابل متواضعة نسبياً ، بفضل خطوط الكابل المتحدة المحور التى تحمل على أعمدة التليفون الموجودة فى الطرق ، واستخدام أجهزة التليفزيون المنزلية كجهاز استقبال .

ورغم فوائد تليفزيون الكابل ، فإن أسعار الاشتراك لم ترتفع كثيراً . ففى ١٩٧٥ ــ بعد ربع قرن من اختراعه ــ كان ١٢٪ من بيوت الأسر الأمريكية تشترك فى واحد من نظم تليفزيون الكابل وعددها ٣٥٥٠ نظاماً ، وكما يوحى العدد الكبير من الشركات التى تدير نظم الكابل ، فإن كثيراً من المحللين يتوقعون أن ينتشر تليفزيون الكابل بسرعة

أكثر بكثير مما حدث . وقد لاحظنا فى الفصل ٤ أن أناساً كثيرين كانوا يشعرون بخيبة أمل من محتويات تليفزيون الكابل .

وتساعدنا الصور المثالية للصراع على فهم سبب أكثر جوهرية للبطء فى معدل انتشاره عما كان متوقعاً ، إذ أن جماعات المصالح التى هددها ظهور الكابل استطاعت أن تضع عراقيل سياسية وقانونية وتنظيمية فى طريق نموه ، فقد كان تليفزيون الكابل ــ على سبيل المثال ــ يشكل تهديداً محتملاً للمصالح الاقتصادية للشبكات التجارية الثلاث الرئيسية « إن . بى . سى » و« سى . بى . إس » و« إيه . بى . سى » ، وكان عدد من الأشخاص يحاول جعل تليفزيون الكابل أداة لنقل برامج محلية للجماعات المحلية عن طريق عرض الوصول المجانى لمرافق إنتاج الكابل إلى الجماعة فى وقت الإرسال على الهواء ، ولكن الشبكات التجارية التى خشيت زيادة الضغوط لكى تقدم برامجها الخاصة التى تقوم على أساس الجماعة ، وكذلك ازدياد المنافسة على جماهير المشاهدين ، سعت إلى تقييد نمو تليفزيون الكابل ، وهذه المحاولات وعوامل اجتماعية أخرى أدت إلى إبطاء انتشار تليفزيون الكابل بصورة فعالة ، وتم التغلب عليها فى السنوات المتأخرة بواسطة تطورين لاحقين هما : « الاختراع الاجتماعى » للرسم الإضافى أو أجر استخدام الكابل فى ١٩٧٢ ، وضم تكنولوجيا أقمار الاتصالات مع تكنولوجيا الكابلات فى ١٩٧٥ . ويقع هذان الحدثان فى صميم تطورات معينة ، قد تؤثر على وسائلنا الإعلامية مستقبلاً ، وهى جديرة بمناقشة موجزة .

تليفزيون الكابل الذى يرسل بالقمر الصناعى

مع الاعتقاد بأن تليفزيون الكابل يمكن أن يكتسب شعبية واسعة للغاية إذا كانت هناك قنوات أكثر تنقل محتويات مهمة وفريدة يمكن للمشتركين الحصول عليها ، بدأت شركة « تايم » إرسال قناة الكابل مقابل أجر وهى المعروفة باسم « المكتب المنزلى لشباك التذاكر » (هـ . ب . و) ومعناه أنك تدفع تذكرة مشاهدة الفيلم فى منزلك بدلاً من شباك التذاكر التقليدى فى دور السينما ووضع محللو الشركة ثقتهم فى شعبية الأفلام الروائية فى محتويات (هـ . ب . و) . وكانت السنوات الأولى للشركة مخيبة للآمال ، حيث ثبت صعوبة الحصول على أكثر الأفلام جاذبية ، كما أن مشكلات تتعلق بجودة الإرسال

أحدثت استقبالاً رديئاً فى المنازل . ونتيجة لذلك ، أخفقت أسعار الاشتراك فى أن ترتفع إلى القـدر المأمول . وكان الشىء الذى أحدث تحولاً فى الموقف ، هو القرار الذى كان يتسم بمخـاطـرة شديدة وذلـك باستخـدام أقـمار الاتصالات لنقل برامج التليفزيون « المكتب المنزلى لشباك التذاكر » إلى مشتركى نظم تليفزيون الكابل .

لقد بدأ عصر أقمار الاتصالات التجارية فى الولايات المتحدة عام ١٩٧٤ بإطلاق القمر « وستار ـ ١ » وخلال عقد واحد ، أصبحت الأقمار الصناعية شيئاً أساسياً لكل صنـاعـة الاتصـالات الجماهيرية فعلاً ، بما فى ذلك الصحف ، والتليفون ، ووسائل الإعلام الالكترونية . ويتكلف إطلاق قمر الاتصالات ملايين الدولارات (٧٥ مليون دولار حالياً) غير أن هذا الاستثمار المبدئى سرعان ما يؤتى ثماره ، لأن القمر الصناعى يحمـل على ظهـره حوالى ٢٤ جهـازاً لاسلكياً للاستقبـال والإرسـال تعـرف باسم « ترانسبوندر » ، يمكن تأجيرها للمنتفعين من أمثال « هـ . ب . و » مقابل حوالى مليون دولار سنوياً للواحد (الترانسبوندر جهاز الكترونى يستقبل إشارات الإرسال من مكان على سطح الكرة الأرضية ويحولها على الفور إلى ترددات مناسبة ، ويكبرها ، ثم يعيدها كإشـارات تليفـزيونية عالية الجودة إلى موقع معين) ويأتى الهوائى المطلوب لاستقبال إشارات هذا الجهاز من القمر الصناعى على هيئة « طبق » كبير ، يمكن مشاهدة أمثاله حول أغلب مرافق الاتصـالات المعـاصرة . وبـاستخـدام الأقـمار الصنـاعية وأجهزة « الترانسبوندر » وهوائيات « الطبق » يمكن نقل البرامج التليفزيونية على الفور بإشارات عالية الجودة من أى مكان فى نصف الكرة الأرضية فعلاً إلى أى نصف آخر ، وباستخدام نظم الأقـمار المتخصصة ، يمكن لعمليات الإرسال أن تمتد عبر المحيطات ، أو حتى حول العالم .

والـواقع أن أهمية أقمار الاتصالات فى تقدم الاتصالات اللاسلكية الحديثة تماثل أهمية البرقيات فى تطور الصحف ، فقد تغلب كل من التلغراف والقمر الصناعى بصورة مثيرة على حدود المسافات ، وبذلك سمح بوصول أكثر اتساعاً لجمع المعلومات ونشرها معاً . ومنذ أن بدأ تشغيل نظم الأقمار الصناعية ، اتخذ المثل القائل « إنه عالم صغير » معنى جديداً مثيراً : فمخـبرو الصحف يستـطيعـون الآن إرسال تغطيتهم للقصص الصحفية ، بالإضـافـة إلى شرائط فيديو مصـورة تليفـزيونياً بشكـل مباشر من مكان الأحـداث ، حيث يمكن نقلها إلى القمر الصناعى من أية بقعة على سطح الأرض ،

وإرسالها بعد ذلك على الفور إلى مرافق مركزية ، حيث يمكن إعادة نقلها (ربما عن طريق القمر الصناعى مرة أخرى) إلى جماهير مشاهدى وسائل الإعلام بحجم وتوزيع لم يسبق لهما مثيل .

وكمثال على تطور نظم وسائل الإعلام ، فإن الأقمار الصناعية أخذت تغير صناعة الصحف الوقورة فى صراعها المستمر لكى تتبارى مع منافسيها فى بيئة متغيرة ، فالأقمار الصناعية على سبيل المثال جعلت تطور الصحف القومية مثل « يو. إس اليوم » أمراً عملياً بشكل أكبر . وكانت الصحف فيما سبق تستطيع إرسال تصميماتها ومحتويات صفحاتها من نقطة مركزية إلى عدة نقاط استقبال ، ولكن الوقت والتكاليف للتغلب على المسافات الطويلة جعل مسألة الصحف القومية فى أمريكا أمراً غير عملى من الناحية الاقتصادية ، وقد غيرت الأقمار الصناعية للإرسال كل ذلك .

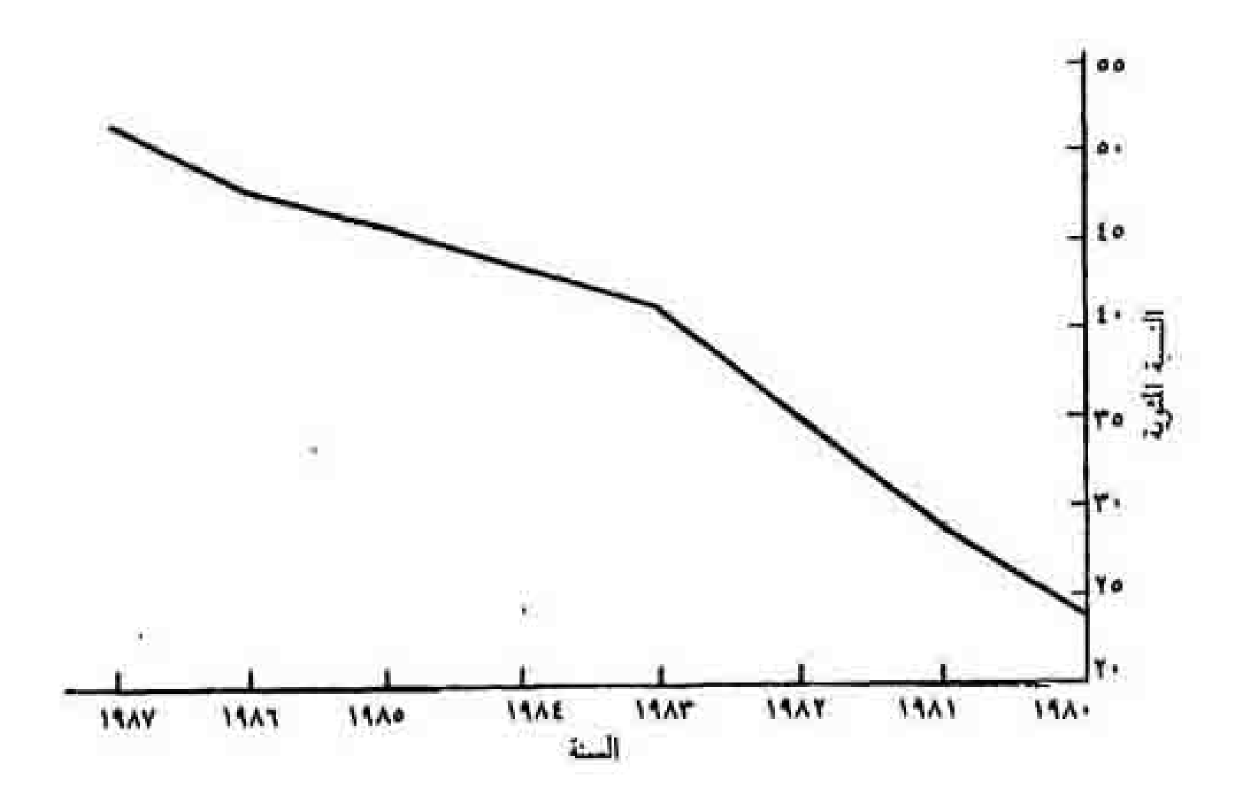
وهناك تغيير آخر فى صناعة الصحف يقدم دليلاً إضافياً عن عملية التغيير التطورى المكيف ، وهو : استخدام برقيات وكالات الأنباء المرسلة بالقمر الصناعى ، ففى لوس أنجلوس على سبيل المثال ، تعمل الآن وكالة أنباء فيديو ، على غرار وكالتى أنباء اليونايتدبرس ، والأسوشيتدبرس ، ويقوم مخبرون صحفيون من الصحف المشتركة بمشاهدة الأخبار على شاشات الفيديو التى تديرها وكالة الأنباء ، تماماً كما يقرأون رسائل التلكس من وكالتى (ى. ب) أو (ا. ب) لجمع القصص الصحفية ، ومازال سابقاً لأوانه معرفة إن كان هذا الاختراع سوف ينجح ، أو ما هى النتائج التى قد تحدث لجودة وعمق التغطية الصحفية . ومع ذلك ، فإنه مثل طيب لصناعة جديدة ، نشأت نتيجة لأقمار الاتصالات ، كما أنه يوضح كيف وجدت أقدم وسائل اتصالاتنا الجماهيرية طرقاً لاستخدام تكنولوجيات جديدة لكى تعيش فى عالم تسيطر عليه وسائل إعلام الكترونية أكثر حداثة .

وفى الوقت الذى تبزغ فيه تكنولوجيات جديدة ، فإن الأمر يتطلب خيالاً واستعداداً للقيام بمخاطرات ، لكى تتحول إلى نظم وسائل إعلام أفضل ، أو أكثر تكيفاً . وكما لاحظنا قبلاً ، فإن شركة « تايم » سجلت عرضاً بتطوير تليفزيون الكابل وذلك بتدبير الاستثمار المالى الكبير الضرورى لاستئجار أجهزة « الترانسبوندر » فى القمر الصناعى ، وكان لديها الخيال الذى جعلها ترى كيف يمكن استخدام هذه التكنولوجيا ، وكانت

تلك خطوة جريئة بصفة خاصة ، عندما نعلم أن شركة (هـ. ب. و) كانت تخسر أموالاً فى ذلك الحين ، إذ أن قمر الإرسال كفل بالفعل تحسيناً فى جودة الإرسال بشكل يفوق طرق الإرسال السابقة بواسطة الموجات الدقيقة « ميكروويف » ولعل الجمع بين أفلام أفضل وأحدث ، مع إرسال أكثر جودة يفسر على الأرجح ازدياد نجاح شركة (هـ. ب. و) منذ ١٩٧٥ . وقد أظهر تيد تيرنر ، وهو مبتكر آخر جرىء يمتلك محطة تليفزيون فى أتلانتا بولاية جورجيا الأمريكية ، أن الكابل لا يمكنه أن يحقق أرباحاً فحسب ، بل إنه يستطيع أن يفعل ذلك أيضاً ببرامج الأخبار فى شبكته الناجحة « كابل نيوزنتويرك » أو « سى . إن. إن » كما هى معروفة الآن وهكذا تبددت الشكوك حول إمكانية نجاح تليفزيون الكابل ذا الأجر ، فى سوق اعتادت استقبال برامج التليفزيون « مجاناً » .

وقد دعم نجاح تليفزيون الكابل ذى الرسم الإضافى معدل انتشار كابلات المشتركين الأساسية ، ويبدو أن هناك عاملين خلقا أثراً إيجابياً فى الخدمات ذات الرسوم الإضافية ، أحدهما جاذبية مجموعة متنوعة من برامج عالية الجودة لا تقطعها إعلانات تجارية ، كما كانت الرغبة فى الوصول إلى هذه البرامج باعث على ازدياد أعداد سكان الريف والمدن الراغبين فى الحصول على البث المشترك للكابل الأساسى ويصبحون مشتركين فى خدمة الرسم الإضافى . والعامل الآخر هو زيادة أرباح تليفزيون الكابل بوجه عام . وقد كفل ذلك لشركات الكابل رؤوس الأموال الضرورية لمد المزيد والمزيد من الكابلات ، وبذلك اتسع حجم مشتركيهم المرتقبين ، ونتج عن ذلك أن المزيد من الأسر كانت مستعدة وقادرة على إجراء التغيير للتحول من الاستقبال البسيط على الهواء إلى الكابل .

وكما لاحظنا قبلاً ، أن الأمر تطلب ٢٥ عاماً تقريباً لكى تتبنى ١٢٪ من بيوت الأسر الأمريكية نظام الكابل الأساسى ، وبعد الاختراع الاجتماعى للكابل ذى الرسم الإضافى المرسل بالقمر الصناعى لم يتطلب الأمر غير عشر سنوات فقط (١٩٧٥ - ١٩٨٥) لكى تتضاعف هذه النسبة المئوية إلى ثلاثة أمثالها . ويظهر الرسم البيانى فى الشكل ١٢ - ١ هذا الارتفاع المثير فى معدل انتشار تليفزيون الكابل . ففى عام ١٩٨٦ ، كان حوالى ٥٠٪ من بيوت الأسر الأمريكية قد أصبح مشتركاً فى الكابل ، وكان هناك حوالى أربعين خدمة للكابل بأجر إضافى يستطيع المرء أن يشتريها ، كما كانت



شكل ١٢ - ١ بيوت الأسر المشتركة فى الكابل : النسبة المئوية لبيوت الأسر الأمريكية التى لديها تليفزيون الكابل .

المصدر : Cabletelevision Advertising Bureau Inc., as adapted from the Wall Street Journal

هنـاك بين ٧٠ و١٠٠ قنـاة كابـل متـاحـة فى بعض المنـاطق (ولكن ليس كلهـا على الإطلاق) . ومن ثم ، فإن الاندفاع الذى طال انتظاره بوجه عام نحو تليفزيون الكابل جلب فرص اختيارات متزايدة لجماهير المشاهدين ، وهيأ عدداً أكبر من المنافذ للشركات المنتجة للأفلام وغيرها من المحتويات التى يمكن ظهورها فى التليفزيون .

نظم الإذاعة المباشرة للأقمار الصناعية

بالإضـافة إلى فوائد أقمار الاتصالات لشبكات التليفزيون والكابلات ، فإن المتفعين (ومنهم كثيرون من رجال الأعمال) استفادوا مما يسمى بنظم الأقمار الصناعية للإذاعة المباشرة . وقد امتلأت الأراضى الأمريكية بصورة متزايدة بأطباق الأقمار الصناعية فى أفنية المنازل وعلى أسطح البيوت (حوالى مليون فى ١٩٨٥) والميزة الأولى للحصول على عمليات إرسـال القمر الصناعى مباشرة هى أن المرء يستطيع التقاط عدد ضخم من

قنوات الإرسال (١٢٠ فى آخر إحصاء) دون أن يضطر إلى الدفع لشركة الكابل أو أى شخص آخر مقابل خدمات الإرسال .

وقد أخذ حجم وتكاليف هوائيات الطبق المنزلية (٢٥٠٠ دولاراً تقريباً فى عام ١٩٨٥) فى الانخفاض ، مما يجعل ازدياد عدد البيوت التى تستقبل إذاعات القمر الصناعى المباشرة محتملاً . غير أن هذه الخدمة المجانية قد لا تدوم ، إذ أن المصالح الاقتصادية لأصحاب الإذاعات الذين عليهم أن يدفعوا مقابل استئجار خدمات القمر الصناعى ستكون مهددة عندما يستقبل أصحاب الأطباق إذاعاتهم دون مقابل .

ويعود نموذج الصراع إلى المسرح مرة أخرى كطريقة لتحليل الصراعات بين أصحاب الإذاعات ، ومديرى نظام إذاعات القمر الصناعى المباشرة ، وجماهير المشاهدين . فقد بذل أصحاب الإذاعات أولاً محاولة غير ناجحة لمنع الناس بطريقة قانونية من التمكن من التقاط عمليات الإرسال التليفزيونى للأقمار الصناعية ، وبعد أن فشلوا فى كسب هذه المعركة فى المحاكم ، يسعى أصحاب الإذاعات إلى عكس تيار انتشار أطباق الأقمار الصناعية بالتشويش على إرسالهم حتى لا يستطيع أصحاب الأطباق استقباله بدون شراء أو استئجار جهاز لمنع التشويش . أما إلى أى مدى سيؤثر هذا التشويش على معدل انتشار أطباق القمر الصناعى فى المنازل ، فذلك ما سوف نراه . ولكن نظرية الصراع الأساسى سوف تتنبأ بأن بعض التعديلات فى صناعة الإذاعة سوف تبرز من هذه الصراعات .

ويمثل ظهور أقمار الكابلات ونظم أقمار الإرسال المباشر مشكلات عديدة واضطراباً فى القطاعات التنظيمية والاقتصادية لصناعة وسائل الإعلام ، وهى تذكرنا من نواح عديدة بالأيام الأولى للإذاعة . وتثور هنا أسئلة أساسية مثل : من يملك عمليات إرسال الأقمار الصناعية ؟ وكيف يستطيع الممثلون وغيرهم من أعضاء صناعة وسائل الإعلام أن يحصلوا على مكافآت عادلة عن أعمالهم أو إبداعاتهم فى شكل مبالغ متبقية نتيجة الإرسال للخارج ، أو أية مزايا اقتصادية أخرى ؟ وهل تتوقف السيطرة التقليدية للشبكات التجارية الثلاث ؟ وهل تصبح ملكية نظم وسائل الإعلام مركزية إلى حد ما فى المستقبل ؟ ولما كانت نظم الكابلات والأقمار الصناعية مستمرة معاً فى التغيير ، فإن هذه الأسئلة وأسئلة أخرى عديدة لا يحتمل أن نحصل على ردود عليها بصورة ثابتة فى المستقبل القريب .

نظم الاتصال ذات التفاعل التبادلى

هنـاك تقـدم آخـر هام قد يسـاعـد فى تشكيل وسـائل إعلامنا المستقبلة ، وهو تطور تكنـولـوجيات اتصـالات التفـاعل التبادلى [٢] . ويشير التفاعل التبادلى بوجه عام إلى عمليات الاتصـالات التى تتخـذ خصـائص الاتصـالات بين الأشخـاص ، ففى الاتصالات الشخصية يشترك المرسل والمستقبل فى أداء دور رجل الإعلام بالتناوب ، ويستقبل كل شريك التغذية المرتدة « feedback » فوراً وبصورة كاملة فى شكل رسائل شفهية وغير شفهية . والواقع أن وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية ليست ذات تفاعل تبادلى ، لأن تدفق الاتصالات ذات الاتجاه الواحد لا يسمح لأعضاء جمهور المشاهدين بالتقديم ، أو لرجال الإعلام الجماهيرى باستقبال التغذية المرتدة كاملة وفوراً ، لأن رجال الإعلام الجماهيرى لا يعرفون ماذا يفعل المشاهدون ، أو ماذا يفكرون فيه أو يشعرون به ، وعضـو المشـاهـدين لا يستـطيع التعبير عن الحيرة ، أو الحزن ، أو الغضب ، أو الإشـارة أو أى رد فعـل آخـر يعود إلى المصدر ، وكان هذا يمثل إحدى الخصائص الرئيسية التقليدية لوسائل الاتصال الجماهيرية .

ويعنى التفـاعـل التبـادلى أيضـاً سيطرة متبـادلـة على تدفق محتـويات وسـائـل الاتصالات . ففى الاتصالات بين الأشخاص مثلاً ، يستطيع الشركاء أن يؤثروا على طبيعـة المحـادثـة بتغيير المـوضـوع ، أو إظهـار عدم المـوافقة على ما يقوله الشريك . ولم تستطع أية تكنولوجيا جديدة لوسائل الاتصال الجماهيرية حتى مجرد الاقتراب من هذا التفاعل التبادلى الغنى من الاتصالات بين الأشخاص ، بل إن هذا التمييز بدأ يشوبه عدم الوضوح إلى حد معين .

النظم التى تقوم على أساس التليفون

هنـاك عدة تكنـولـوجيات تقوم على أساس التليفون تستخدم حالياً بواسطة الشركات الكبيرة والجامعات ، ومجموعات سكنية ومهنية أخرى ، تستهدف السماح للأشخاص بالتباحث والتشاور وكل منهم يرى صورة الآخر ، وثمة طريقة أخرى لربط الأشخاص معـاً بواسـطة رسائل يتم إرسالها ذهاباً وإياباً ، بواسطة أطراف يكتبون رسائلهم فى النهاية

الطرفية للكمبيوتر . ويعتبر الكثيرون هذه التكنولوجيا تحسينات على التليفون التقليدى ، لأنها تسمح لأكثر من شخصين فى أكثر من مكانين بالتخاطب مع بعضهم البعض ، والمؤتمرات المسموعة التى تتم من بعيد (وهى ليست جديدة) تتطلب أن يكون كل الأطراف ممكن الاتصال بهم فى نفس الوقت . غير أنه فى المؤتمرات التى تعقد من بعيد بواسطة الكمبيوتر ، يمكن إرسال الرسائل واستقبالها بدون وجود شركاء الاتصال فى أماكن كل منهم فى نفس الوقت ، وتسمح المؤتمرات التى تعقد من بعيد بالفيديو بطبيعة الحال لطرفين أو أكثر بالاشتراك فى اتصالات بحيث يرى كل منهم الآخر ويسمعه فى وقت واحد .

ويستخدم كل من هذه النظم تكنولوجيا مختلفة بشكل ما ، فالخطوط التليفونية تربط الأشخاص فى مؤتمر سمعى من بعيد ، وتتصل مثل هذه الخطوط بأجهزة كمبيوتر تربط مستعمليها معاً فى مؤتمر من بعيد بالكمبيوتر ، والمؤتمرات التى تعقد من بعيد بالفيديو أكثر تعقيداً : فهى تتطلب قاعات تشبه الاستوديو تتصل بكابلات ومجهزة بشاشة تليفزيونية وآلة تصوير ، وهى متطلبات تجعل الأمر باهظ التكاليف للغاية . كما أن هذا الشكل من الاتصالات ـ وهو أمر يمكن فهمه ـ ليس منتشراً على نطاق واسع بين السكان بصفة عامة ، علاوة على أن هناك أدلة على أن كثيرين من الأشخاص سوف يقاومون أية تكنولوجيا (مثل الفيديوفون) تسمح للآخرين برؤيتهم ، وخاصة عندما لا يكونون مرتدين كامل ثيابهم ، أو يرتدونها بشكل سيء أو غير ذلك ، أى فى حالة « غير لائقة » وهكذا يحتمل أن يبقى التليفون البسيط معنا فى المستقبل القريب .

وسائل إعلام التفاعل التبادلى القائمة على التليفزيون

من بين وسائل إعلام التفاعل التبادلى المخصصة للاستخدام بواسطة جماعات كبيرة ومتنوعة ، تماثل جماهير وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية ، كان الكابلفيزيون ذو الاتجاهين هو الأكثر ظهوراً . والكابلفيزيون ذو الاتجاهين امتداد لنظام تليفزيون الكابل التقليدى ذى الاتجاه الواحد ، أو الكابل المونولجى الذى نوقش قبل ذلك فى هذا الفصل ، وهو لم يعزز آمال ومخاوف المحللين الاجتماعيين فحسب ، بل جرب أيضاً فى عدد من المدن فى أنحاء العالم .

وكان ظهور الكابلفيزيون ذى الاتجاهين بطيئاً مثل ظهور سابقه ذى الاتجاه الواحد . وتكنولوجيته بسيطة ولكنها باهظة التكاليف نسبياً ، حيث يتم تركيب خطين من كابلات المنازل ، أحدهما لاستقبال الإرسال (كما فى حالة الاتجاه الواحد) والآخر للإرسال . وقد ظهر أول نظام للكابلفيزيون ذى الاتجاه الواحد « كيوب » فى الولايات المتحدة بواسطة شركة وارنر - آميكس ، وتم تركيبه فى مدينة كولومبوس بولاية أوهايو ، وقدم باعتباره خياراً إلى جانب تليفزيون الكابل الأساسى ، ولم يكن فعلاً متطوراً للغاية ، وكان لكل بيت مشترك لوحة مفاتيح إلكترونية . وبعد طلب خاص من المحطة من أجل الحصول على مدخل للمشاهد (للإشارة مثلاً إلى مدى الإعجاب أو عدم الإعجاب بإذاعة سابقة) يمكن الاختيار من عدد محدود من الخيارات التى يمكن مشاهدتها على الشاشة (وهو أشبه إلى حد ما بقائمة اختيار بين بنود متعددة) ، وبناء على ذلك يرسل رسالة تعود إلى الكمبيوتر المركزى . ويتم تنسيق الرسائل المرتدة بسرعة ، حتى يستطيع المشاهدون معرفة النتيجة . وفى وضع نموذجى للتشغيل ، يتم إبلاغ العملاء المتصلين بكيفية تسجيل رأيهم أو تفضيلهم بالدق على رقم من صفر إلى ٩ وبعد أن يقوم الكمبيوتر بحساباته ، فإن الإجابات قد تعرض على بيوت الأسرة المشتركة فى نظام (كيوب) أو يمكن معاملتها مثل استطلاع رأى عن الأفضليات لانتقاء مواد البرامج مستقبلاً .

وهناك خاصية أكثر استفزازاً لهذا الشكل المستحدث من الاتصالات ذات الاتجاهين ، وهى أنه كان مزوداً بجهاز مراقبة يستطيع تحديد أى البرامج كانت تستقبل فى بيوت عملاء (كيوب) عند تشغيل الجهاز ، وقد أتاحت هذه الخاصية الحصول على معلومات فورية عن حساب تقديرات البرامج (أى : عن كل البيوت المشتركة فى « كيوب » والنسبة المئوية لمشاهدة البرنامج) وأنصبة البرنامج (يعنى : عن كل بيوت الكيوب التى تشاهد التليفزيون فى ذلك الوقت ، والنسبة المئوية لمشاهدة البرنامج) .

ولاشك فى أن مراقبة هذا النوع تقدم معلومات مفيدة اقتصادياً لشركة وارنر - آميكس ، ولكن لها أيضاً جانبها المظلم ، إذ أنها أثارت قلقاً حقيقياً بشأن سرية أنشطة الناس فى بيوتهم الخاصة ، وقد اعتبرها المحللون المهتمون بالعواقب السياسية والاجتماعية للتكنولوجيات الجديدة الخطوة الأولى على طريق تكنولوجيات الاتصال ، وهى تستخدم لجمع المعلومات التى قد يرغب المشتركون فى إبقائها سرية . ولم يستطع المشتركون تجنب المراقبة إلا بإقفال جهاز التليفزيون . وقد وعدت شركة وارنر - آميكس

عملاءها المشتركين فى « كيوب » بعدم تمكين أى شخص آخر من المعلومات الفردية للأسر ، حتى بالنسبة لدارسى وسائل الاتصال الجماهيرية ، ويبدو أنها أوفت بهذا الوعد ، غير أن العزيمة الأخلاقية يمكن أن تلين فى وجه أية فرصة لتحقيق الربح . ولا يحتاج الأمر لكثير من الخيال لكى ترى أنه حتى هذا النوع المحدود من المعلومات يمكن أن يساء استخدامه ـ مثلاً للتعرف على مشاهدى « الأفلام الجنسية » أو لجمع وبيع قوائم ترسل بالبريد على أساس أفضليات البرامج عن الرياضات ، أو الأزياء ، أو الدين ، أو التوجه السياسى .

ولم تكن تجربة نظام « كيوب » ناجحة مادياً ، فقد خسرت شركة وارنر ـ آميكس حوالى ٣٠ مليون دولار بين عامى ١٩٧٧ و١٩٨٤ . وكان من أسباب الخسارة أن أغلبية البيوت المشتركة فى « كيوب » لن تشترك فى أية فرص التفاعل التبادلى التى تعرض خلال أسبوع عادى . وكان أحد التفسيرات لعدم اشتراكهم فيما كان يعتبر فرصة جديدة « للتحدث إلى أجهزة التليفزيونات التى لديهم » هو الطبيعة المحدودة للغاية فيما يمكنهم قوله ، كما أن تسجيل الآراء والأفضليات بالضغط على أحد أرقام لوحة المفاتيح ، بينما يكون لدى آخرين سيطرة على خيارات الأسئلة والإجابات ، هو أشبه بأن تكون مجيباً فى استطلاعات رأى لا نهاية لها (وربما غير ذكية) كما أن تسجيل الرغبة فى توجيه أسئلة من البعض فى لقاء للدردشة بالتليفزيون ، والتى قد تنتهى بالتحدث معهم تليفونياً مسألة تتضمن الكثير من الإزعاج ، ولا تنتج شكلاً خصيباً جداً من الاتصال ، فضلاً عن التأخير بين الإعراب عن الرغبة فى إجراء الحوار والاشتراك الفعلى فيه ، كما أن الحدود الحسية التى تفرضها التكنولوجيا (فمثلاً يمكن فقط سماع أصوات المشتركين بينما يمكن رؤية المسئولين وسماعهم) تساعد فى تفسير أسباب نقص الجاذبية الواسعة لهذا الشكل من الحوار غير المباشر ، وكانت نهاية المطاف لشركة وارنر ـ آميكس ، أنها خفضت بصورة حادة كمية البرامج ذات التفاعل التبادلى التى تقدم على نظم « كيوب » .

ولم تلق أمثال هذه الأنظمة نفس المصير ، فقد تم تركيب الكابلفيزيون ذى الاتجاهين ، باعتباره جزءاً رئيسياً لنظم معلومات / اتصالات أكثر تطوراً وتفاعلاً تبادلياً فى اليابان (١٩٧٨) وانجلترا (١٩٨٢) وفرنسا (١٩٨٤) وكان أكثرها تقدماً وتعقيداً ذلك الذى تديره وزارة البريد والبرق والهاتف فى فرنسا ، حيث يستخدم كابلاً من ألياف بصرية بدلاً من أسلاك النحاس المستخدمة لعمل توصيلات الكابلات التقليدية . وتتكون الألياف البصرية من عدد من أنابيب زجاجية لينة (كالشعرة البشرية) تنقل

نبضـات الضـوء التى تولـدها أشعة الليزر أو صمام ثنائى (ديود) ينبعث منه ضوء . والـرسـائـل المـرسلة عن طريق مثـل هذه الـوسـائل البصرية لا تشوش على الرسائل الالكترونية المستخدمة فى التليفزيون ، والإذاعة ، وتليفونات المنازل المتنقلة أو السيارة ، وغيرها من أجهزة الاتصالات الالكترونية . ولأنها تتكون من خيوط مجدولة كثيرة بدلاً من سلك مفرد ، فإن كابل الألياف البصرية يمكن أن ينقل حجماً أكبر من الرسائل عما يمكن إرساله بالكابل التقليدى .

والمنازل فى مدينة بيارتيز الفرنسية ، وغيرها من المدن المزودة بأسلاك ، مجهزة بنظام يجمع بين تليفـزيون ملون وتليفون وكمبيوتر دقيق الحجم . ويستطيع أعضاء الأسرة استخـدام النـظام بواسـطة مجمـوعـة متنوعة من الوسائل : كابلفيزيون ذو اتجاهين ، أو فيديوفون ، أو فيديوتكس (وسيوصف ذلك فيما بعد) أو للتسوق من بعيد ، وقد قدم الاستثمار الحكومى الكبير اللازم لتركيب هذه النظم على أمل كفالة وظائف وخبرة وطنية لاقتصاديات المجتمع الحديث الذى يقوم على المعلومات .

وكما كان الحال بالنسبة لنظام « كيوب » ، فإن القلق سرعان ما ساور النقاد بشأن العواقب السياسية المحتملة ، إذ أنهم كانوا يخشون أن تستخدم بعض الحكومات مثل هذه التكنـولـوجيا لمراقبـة المواطنين الأفراد ، وأن الطريقة المألوفة لحراس الأمن لمراقبة الزبائن فى المتاجر ، أو زوار المتاحف أو أماكن عامة أخرى ، يمكن أن تمتد إلى المنازل ، فالفيديوفون مثلاً يمكن استخدامه بطريقة تذكرنا « بالشاشة التى تعمل من بعيد » فى رواية الكـاتب الانجليزى جورج أورويل ، حيث كان « الأخ الكبيـر» يتأكد من أن شاشات التليفزيون مفتوحة فى كل الأوقات لمراقبة ما يفعله الناس فى « خلواتهم الخاصة » فى بيوتهم .

ومـراقبـة اختيار الـبرامـج فى نظام « كيوب » يمضى إلى أبعـد من ذلك كثيراً ، بإمكانيات شاشات الفيديو المنزلية التى لا يمكن التحكم فيها أو حتى إقفالها بواسطة أعضـاء الأسرة . وهـذه الإمكانية التكنولوجية لم تصبح بعد حقيقة واقعة ــ على قدر علمنا ــ بسبب قوى اجتماعية وسياسية وقانونية تعمل ضدها . والشىء الذى أثار قلق البعض هو أن تضعف مثل هذه القوى الاجتماعية ، إذ أن مثل هذه التكنولوجيات قد يستخـدمها البوليس أو وكالات حكومية أو غيرها للحصول على معلومات عن الأفراد والأسر ، بل ويمكن استخـدامها للسيطرة على سلوكهم . ورغم هذه الجوانب المثيرة

للقلق ، فإنه يكاد يبدو من المؤكد أن شكلاً ما من محيط الاتصالات المنزلية التى « زودت بالأسلاك » سوف تظهر ، وإن كان شكلها المحدد لم يتضح بعد .

الفيديوتكس

هناك نظام أصبح مقبولاً فعلاً إلى حد ما فى الولايات المتحدة هو « الفيديوتكس » ، وهو ليس تكنولوجيا جديدة فى الواقع ، فالفيديوتكس مجرد تجميع مستحدث لبعض تكنولوجيات ناقشناها قبلاً ، وقد عرف ماير (١٩٨٦) الفيديوتكس بأنه « أى نظام الكترونى ذى تفاعل تبادلى يسمح لمن يستخدمه بإرسال بيانات واستقبال بيانات من أجهزة الكمبيوتر ، أو من مستخدمين آخرين للفيديوتكس ، بواسطة نهاية طرفية قادرة على عرض النصوص والصور »[٣] . والأدوات والمعدات التى يحتاجها مشتركو الفيديوتكس هى جهاز تليفزيونى مع لوحة مفاتيح مصاحبة له (أو كمبيوتر شخصى مع شاشة فيديو) يتصل بخطوط تليفونية (أو كابل) بحاسب رئيسى . ويتكفل الفيديوتكس بتدفق المعلومات فى اتجاهين ، حيث يستطيع المنتفع أن يطلب ويستقبل معلومات من قائمة خدمات المعلومات التى تقدمها شركة الفيديوتكس . ويصبح المشتركون فى الواقع منتفعين بالكمبيوتر بالمشاركة فى الوقت ، ويمكنهم عند الطلب استقبال إجابات فورية تقريباً على ما يطلبونه من خدمة المعلومات . وتشمل خدمات المعلومات التى يستطيع المشتركون الاختيار فيها بشكل نموذجى : الأخبار ، ونتائج المباريات الرياضية ، والسجلات المصرفية ، وتقارير البورصة ، وحالة الجو ، بل وكتالوجات المتاجر . وتتطابق قائمة الخدمات على رموز عددية أو أنواع أخرى على لوحة مفاتيح المشترك ، وبمجرد الدق على الطلب ، تستدعى المعلومات المناسبة المختزنة فى الكمبيوتر المركزى ، لكى تعرض على شاشة الفيديو فى الكمبيوتر الشخصى للمنتفع ، أو على شاشة التليفزيون المنزلى .

وقد أدت فوائد الفيديوتكس (بتنوع خدماته الإعلامية ، ومزايا تفاعله التبادلى ذى الاتجاهين) إلى أن يتنبأ الكثيرون بانتشاره السريع . وقد ساعدت بعض دور الأعمال على تحقيق هذه النبؤات بتقديم الاستثمارات الضخمة اللازمة للبدء فى خدمات الفيديوتكس (مثل نايت رايدر ، وتايمز - ميرور) . وقد أثبتت العوامل الاجتماعية والاقتصادية مرة

أخرى ، أن أصحاب النبؤات كانوا مخطئين . وبسبب الطريقة التى تم تصميم نظم الفيديوتكس بها للسوق الأمريكية ، فإن مزايا استطاعة المنتفع التحكم فى توقيت ومحتويات المعلومات التى يستقبلها ، كانت ترجح على عيوب الاشتراك فى الفيديوتكس .

وهناك عيب واضح وعقبة فى طريق تقبل الفيديوتكس هى سعر الاشتراك فيه ، فقد كان على المشتركين فى نظم الفيديوتكس الأمريكية مثلاً أن يبتاعوا جهازاً خاصاً للاستقبال يتكلف مئات الدولارات . وقد أمكن التغلب على هذه العقبة بواسطة بعض شركات الفيديوتكس (مثل شركة مكتب شباك التذاكر ، وكومبيوسيرف) التى تستخدم أجهزة الكمبيوتر الشخصية فى المنازل كجهاز استقبال . ومع ذلك ، فإنه ينبغى أن نتذكر أن ١٥٪ فقط من بيوت الأسر الأمريكية تمتلك أجهزة كمبيوتر شخصية فى الوقت الحاضر ، والكثير منها ينقصه جهاز « الموديم » اللازم لوصل الكمبيوترات الخاصة عن طريق خطوط التليفون بنظام الفيديوتكس .

وهناك وسيلة أخرى للتغلب على مشكلة التكاليف ، وهى مجرد إمداد الأشخاص بأجهزة استقبال بلا مقابل ، وهو أسلوب استخدمته الحكومة الفرنسية بنجاح ، وقد حقق نظام الفيديوتكس الفرنسى ـ تليتل ـ المملوك للحكومة نجاحاً يعود إلى حد كبير إلى إعانة الحكومة له بمبالغ تتراوح بين مليونين وثلاثة ملايين دولار سنوياً . ولم تكتف الحكومة بتقديم المعدات مجاناً فحسب ، بل إنها استثمرت أيضاً أموالاً وجهوداً لربط نظام الفيديوتكس بنظام التليفون المملوك لها أيضاً . وقد زاد الفرنسيون استخدام الجمهور لنظامهم بتحويل دليل التليفونات إلى خدمة الفيديوتكس ، وكان المأمول أن يقل خوف الناس من استخدام أجهزة الكمبيوتر بعد اكتسابهم للمستوى المنخفض من المهارة اللازم لتحديد مكان أى رقم تليفونى عن طريق دليل الفيديوتكس . وبمجرد التغلب على هذه العقبة ، زاد احتمال استخدام الجمهور لخدمات الفيديوتكس الأخرى . ويمكن أن يؤدى الاستخدام الواسع النطاق لهذه الخدمات الإضافية إلى استهلاك وسداد تكاليف الاستثمارات الأصلية ، وتحقيق ربح للحكومة الفرنسية على المدى الطويل .

وفى حين أن الحكم على ذلك لم يعرف بعد بصورة كاملة ، فإنه يبدو أن مغامرة الحكومة الفرنسية تحقق أرباحاً . وبعد أربع سنوات فقط من بدء البرنامج ، فإن الدخل

الأساسى الذى كفله استخدام مساعدات دليل خدمات الفيديوتكس ، بالإضافة إلى الإيرادات من استخـدام ثلاث خدمـات إضـافية للفيديوتكس ، أدى إلى أن يتنبأ المسئولـون بالاستعـادة الكاملة لتكاليف منح حوالى مليونى نهاية طرفية للفيديوتكس بلا مقابل . وكان فشل انطلاق الفيديوتكس فى الولايات المتحدة وفى أوساط أخرى على المستوى القومى (مثل : انجلترا ، حيث أجريت تجربة الفيديوتكس أول مرة) راجعاً إلى نقص نوع المساعدات الاقتصادية التى قدمها الفرنسيون . وبعبارة أخرى ، فقد كان من العوامل الاجتماعية الرئيسية فى نمو الفيديوتكس ، مدى تقبل الحكومات لنظم إعلام جديدة .

لكن الفيديوتكس ، كشكل من أشكال الاتصالات ، له أيضاً بعض العيوب المادية التى قد تؤدى إلى مقاومة الناس لقبوله ، حتى إذا لم يكونوا مضطرين إلى دفع مبلغ كبير للحصول على المعدات اللازمة له . فقد كان على المنتفعين مثلاً أن يمكثوا أمام جهاز الاستقبـال لكى يتصلوا تليفـونياً للحصـول على المعلومات . وفضلاً عن الاعتبارات الاقتصادية ، فإنه إذا كانت نفس المعلومات يمكن الحصول عليها من وسيط أكثر قابلية للتنقل ، كالصحيفة أو جهاز الراديو ، فإن الناس قد يرفضون استخدام الفيديوتكس رغم تفاعله التبادلى ، وقد يختارون وسيلة إعلام يمكن استخدامها فى كل مكان ، داخل البيت أو خارجه .

وهنـاك مشكلة أخـرى تتعلق بصعوبة يجب حلها قبل أن يكون من المحتمل أن يصبح مقبولاً على مستوى جماهيرى فى الولايات المتحدة ، وهى تتعلق بالخطوط الدقيقة بين المعلومات العامة للغاية ، وتلك المحددة للغاية . فالفيديوتكس يقدم ميزة خدمة إعلامية ذات طابع شخصى ، بمعنى أن المنتفعين يستطيعون طلب ما يريدونه فقط من بين مجمـوعـة واسعـة من قواعد للمعلومات ، وقد تكون لديهم قدرة على التحكم فى المحتويات التى يتلقونها أكثر بكثير من الوضع بالنسبة للاتصالات الجماهيرية ذات الاتجاه الـواحد ، غير أن الكثير من المعلومات المتاحة قد لا تكون لها أهمية قط بالنسبة لأحد المنتفعين (مثلاً : تقارير البورصة ، وتقارير عن إصابة لاعب كرة قدم ، أو آخر نكتة) أى أن المعلومات التى تهم قد لا تقدم بالعمق الذى يكفى لإشباع الاحتياجات ، وذلك فى مجال المحتويات المتاحة وفى عمقها معاً . والمشكلة هنا هى أن خدمات المعلومات المتخصصـة لا يمكن أن توجـد بدون أن تكـون هناك أعداد كبيرة إلى حد كاف من

الأشخاص المستعدين للدفع من أجلها . فقد يوجد قلائل جداً يحتاجون إلى نوع معين من المعلومات ، بحيث يكون الاحتفاظ بقاعدة بيانات عنها أمراً غير ممكن من الناحية الاقتصادية ، مثل قاعدة بيانات تقدم أحدث المعلومات عن فرص صيد أسماك السلمون ، أو فرص النجاح فى مناطق مختلفة من البلاد ، وهى معلومات سوف تجد استخداماً حماسياً بين أولئك الذين يحبون هذه الرياضة ، ولكن العدد الإجمالى للمنتفعين فى أرجاء البلاد قد يكون بضعة آلوف فقط ، فى حين أن تكاليف الحصول على المعلومات وجعلها حديثة بصورة دائمة قد تكون باهظة فعلاً .

وليس هناك رد واضح على هذه المشكلة سوى بعض طرق بديلة لتمويل قواعد بيانات المعلومات المتخصصة . وأكبر خدمة للفيديوتكس فى الولايات المتحدة فى الوقت الحالى ، وهى « كومبيوسيرف » ، لايزال لديها ٢٧٥ ألف مشترك فقط ، والكثير من هؤلاء من دور الأعمال بدلاً من بيوت الأسر .

تحويل تكنولوجيات التفاعل التبادلى إلى نظم وسائل إعلام

من أصعب المشكلات فى محاولة تقييم أهمية التكنولوجيات الجديدة تقديم تنبؤات دقيقة عن فرصها فى أن تتحول إلى نظم اتصال جماهيرية ، فالابتكار التكنولوجى لا يضمن فى حد ذاته لأن يقوم أى نظام للاتصالات حوله . فالبعض الذى كان يبدو أنه مقدر له أن يؤدى إلى وجود نظام اتصالات متقن ، سرعان ما يتقبله الجمهور ، لم يحقق أية شعبية . فقد أدت الإمكانيات التكنولوجية مثلاً إلى أن يتنبأ المراقبون بانتشار نظام الكابلفيزيون ذى الاتجاهين والفيديوتكس بأسرع كثيراً مما حدث حتى الآن فى الولايات المتحدة .

ويحاول كل من رجال الأعمال ودارسو الاتصال معرفة لماذا تتطور بعض التكنولوجيات بنجاح إلى نظم اتصالات جماهيرية ، بينما لا يروج غيرها قط ، كما أنهم يسعون أيضاً إلى فهم الظروف التى تؤدى إلى التقبل البطىء أو السريع لها . وقد تطلبت الصحف والتليفون مثلاً وقتاً طويلاً لكى تنمو ، فى حين أن الفيلم والراديو والتليفزيون انتشرت بسرعة . . . فماذا حدث لهذه الوسائل الإعلامية بالذات ، وما هى ظروف المجتمع فى ذلك الحين التى أدت إلى هذه المعدلات المختلفة من التقبل ؟

وهكذا يتضح بوجه عام أن أحدث تكنولوجياتنا سوف تتحول أو لا تتحول إلى نظم

تلقى استخداماً واسعاً بسبب تأثير الأسرة ، أو النظام السياسى ، أو الاعتبارات الاقتصادية ، أو المدارس ، أو متطلبات العسكريين ، وغير ذلك من الظروف التى شكلت النظم الجماهيرية الحالية لإعلامنا . وتشير هذه النتيجة مرة أخرى إلى أحد الأسئلة الحاسمة فى دراسة وسائل الاتصال الجماهيرية التى طرحت فى (الفصل ١) وهو : ما هو أثر المجتمع على وسائله الجماهيرية للإعلام ؟ ولن يكون من الممكن التنبؤ بأى التكنولوجيات يحتمل أن تصبح نظم اتصال جماهيرية تامة النضج إلا من خلال الدراسة الواسعة للوسط الاجتماعى والطريقة التى يشكل بها وسائل الإعلام .

وفى محاولة للتنبؤ بنظم وسائل الإعلام الممكن تنفيذها مستقبلاً ، وكيف سوف تضم بعض التطورات التكنولوجية التى تم استعراضها آنفاً ، فإننا نستطيع أن نثق إلى حد ما فى عدد محدود فقط من الاستنتاجات ، أحدها أن الكمبيوتر الشخصى سوف يقوم على الأرجح بدور متزايد فى أية نظم للتفاعل التبادلى قد تظهر فيما بعد ، والاستنتاج الثانى هو : إلى أن يتسنى جعل محتويات مثل هذا النظام تتطابق بصورة أكثر تقارباً مع المصالح والاحتياجات والأهداف الشخصية لأعداد كبيرة من المواطنين العاديين وتظل فى نفس الوقت قادرة على البقاء والنمو مالياً ، فإن الفيديوتكس أو أقرب أقربائه ، لا يحتمل أن ينمو بسرعة . وعلاوة على ذلك ، فإن الأقمار الصناعية سوف تجد استخدامات متزايدة . وعندما تقترن بالكابل ، فإنها ستبشر بتوسيع عدد القنوات المتاحة للأسر العادية ، والمشكلة هنا هى المحتويات لا التكاليف . فإذا كانت هناك أكثر من مائة قناة يمكن الحصول عليها لكل جهاز تليفزيون ، فما الذى سوف تعرضه ؟ إن الكابل فى الوقت الحالى – مع استثناءات قليلة – هو خليط من برامج تتراوح بين جودة جمالية منخفضة وبين جودة أكثر انخفاضاً ، وهو أمر يثير قلق كثير من المراقبين المهتمين بالنظام الأمريكى لوسائل الاتصال الجماهيرية ، خصوصاً عندما يدركون أن التكنولوجيات الجديدة اللامعة التى يجرى تطويرها سوف تستخدم على الأرجح لمضاعفة كمية برامج المصارعة ، ومسابقات الأسئلة ، وفيديو الروك ، وتمثيليات الدعاية للاعلانات التجارية التى يمكن للأسر العادية الحصول عليها بمعدل مرتين أو ثلاث مرات .

وهناك ما يدعو للاعتقاد بأن وسائل الإعلام الناجحة مستقبلاً ، سوف تدار ، مهما كانت قاعدتها التكنولوجية ، على نفس المبادىء التى كانت وسائل الإعلام تدار بها فى الماضى . وفى مجتمع يحظى فيه دافع الربح بتقدير مرتفع ، ونظامه الاقتصادى الأساسى

هو الرأسمالية ، يبدو أن أى تغيير جذرى من هذه القاعدة أمر غير محتمل . كما أن وسائل الإعلام الجديدة سوف يساندها على الأرجح إما الإعلانات (كما هو الحال فى الصحف والإذاعة والتليفزيون اليوم) أو الرسوم المباشرة عن المحتويات (كما هو الحال الآن فى تليفزيون الكابل ، وخدمات الرسوم الإضافية ، والكتب ، والأفلام السينمائية) . ويعنى هذا أن محتوياتها يجب أن تقدم إما إلى جمهور من الملايين الذين سوف يدفع المعلنون من أجل الوصول إليهم ، أو إلى جمهور أصغر من الأشخاص الذين يعتبرون أن المحتويات ضرورية جداً لأهدافهم الشخصية ، حتى يكونوا على استعداد للدفع .

وتشير كل هذه الاعتبارات ، بشكل مباشر ، إلى نظرية الاعتماد المتبادل لوسائل الإعلام الفردية التى نوقشت فى الفصل السابق . والواقع أن التحدى الذى يواجهه مبتكرو التكنولوجيات الجديدة ، هو أن يضعوا خططاً لنظم وسائل إعلامية لن تخدم فقط أهداف الأفراد من الفهم ، والتوجيه ، والتسلية ، بل يجب أن تفعل ذلك بطريقة أكثر تفوقاً من البدائل الإعلامية الأكثر تقليدية ، وليس من السهل « صنع مصيدة أفضل للفئران » إذ أن نظم وسائل الإعلام الناجحة مستقبلاً سوف يكون عليها أن تقدم مجموعة أفضل من المحتويات المناسبة ، والتكاليف ، وسهولة الوصول إليها ، أكثر مما يحصل عليه الناس الآن فى أجهزة التليفزيون ، والراديو ، والأفلام ، وأجهزة الصوت المجسم « ستيريو » ، والصحف ، والكتب والمجلات . كما يجب على مخططى وسائل الإعلام الجديدة أن يضعوا فى حسبانهم قيود المبادىء والمؤسسات ، وأن يخططوا نظماً تتمشى مع النظم الاقتصادية والسياسية وغيرها من المؤسسات .

ووسائل الإعلام التى تساعدها الحكومة ، على سبيل المثال ، يمكنها العمل فى بعض المجتمعات (مثل الفيديوتكس فى فرنسا) ولكنها لا تستطيع ذلك فى غيرها ، وتخلق تقاليد المبادىء والمؤسسات الأمريكية معارضة لاشتراك الحكومة فى إدارة وملكية نظم وسائل الإعلام ، بحيث يبدو الحل أمراً غير محتمل فى الولايات المتحدة . ومن ثم ، فإنه مهما جلب المستقبل من معدات جديدة ، فإن نظم وسائل الإعلام التى ستبرز سوف تقدم بلاشك أغلب خصائص الوسائل الجماهيرية لإعلامنا فى الماضى . وبعبارة أخرى ، فإن المجتمع يشكل وسائل إعلامه فعلاً ، بغض النظر عن تطور التكنولوجيا التى يمكن الحصول عليها فى أية مرحلة معينة .

وعلى المستوى النظرى البحت ، فإن الأمثلة التى نوقشت فى الفصل ١ تساعد أيضاً

فى فهم لماذا سوف تصبح بعض النظم الجماهيرية المحتملة للاتصال حقيقة واقعة ، ولن يصبح البعض الآخر كذلك ، كما أنها سوف تجعلها حساسة بالنسبة لأنواع مختلفة من القوى الاجتماعية التى يحتمل أن تؤثر فى فرص تحويل التكنولوجيا إلى نظام لوسائل الإعلام .

ومن وجهة نظر التحليلات البنائية الوظيفية ، فإن التكنولوجيات التى يجب أن تبقى وتزدهر ، كنظم لوسائل الإعلام ، هى التى تخدم احتياجات مجتمعية للاستقرار ، والتكامل والإنتاج الكفء . ومن ثم ، فإن التكنولوجيات التى تيسر التعاون بين أجزاء متنوعة من مجتمعنا ، وتلك التى تساعد فى السيطرة على التهديدات ضد الاستقرار أو التوازن (مثل الصراع أو الانحراف) هى تكنولوجيات وظيفية ، ولهذا ينبغى أن تظهر فى نظم الاتصال الجماهيرية .

ويقدم المثال الخاص بالصراع رأياً مختلفاً تماماً ، وهو أن التكنولوجيات التى سوف تظهر فى نظم الاتصال الجماهيرية ، هى التى تنتج من اصطدام المجموعات القوية . وبعبارة أخرى ، فإن الطريقة التى تتحول بها أمثال هذه التكنولوجيات إلى نظم الاتصال تكون من خلال عملية ديناميكية جدلية من الصراع بين مجموعات ، يشجع كل منها النظام الذى يخدم مصالحه الاقتصادية والسياسية بشكل أفضل . . وتبدو هذه العملية واضحة فى الصراعات التاريخية بين مروجى شبكات الكابل والتليفزيون ، أو حتى فى الصراعات الحالية بين أصحاب أطباق البث المباشر من الأقمار الصناعية ، وأصحاب محطات تليفزيون الكابل .

ومن منظور المثال التطورى ، فإن التكنولوجيات التى تخدم احتياجات التكيف لمجتمعنا بشكل أفضل سوف تظهر فى نظم وسائل الإعلام الجديدة . وعلى سبيل المثال ، فإنه بينما يزداد مجتمعنا تعقيداً فإنه يصعب بصورة متزايدة أن تتماسك وسائل الاتصال الشخصية والجماهيرية بوسائل تقليدية . ومن ثم ، فسوف يكون على نظم وسائل الإعلام الجديدة أن تتطور لتسد هذا الفراغ وتضمن البقاء . وقد تنجح نظم وسائل الإعلام الجديدة ، مثلاً ، بالإسهام فى حل مشكلات خلقها الانتقال الأساسى إلى اقتصاد خدمة المعلومات ، أو تغييرات رئيسية مماثلة فى النظام الاقتصادى العالمى ، والسؤال الآن هو : أى وسائل الإعلام الجديدة تيسر بصورة أفضل قدرتنا على التكيف مع بيئتنا المحلية والعالمية المتغيرة ، وأيها يكفل نوع الاتصالات الدولية . وفى الحقيقة ،

فإن نظم المبادلات الضرورى لرفاهية عالم يزداد تعقداً . . . عالم يصبح بقاء الأنواع فيه مسألة مشكوكاً فيها ، وذلك بسبب الأسلحة النووية ، وقلة الموارد الطبيعية ، والاتصالات السيئة بين الشعوب .

وعندما تصبح وسائل الإعلام الجديدة نظماً لاتصالات راسخة بقوة ، فإن وسائل الإعلام الجماهيرية القديمة سوف تواجه مشكلة تكيفها بخاصة . وكما رأينا فى التطور التاريخى للصحف والأفلام والإذاعة والتليفزيون ، فإنه بمجرد أن تصبح وسائل الإعلام « الجديدة » وسائل إعلام « قديمة » ، فإن بقاءها سوف يتوقف على قدرتها على إيجاد طرق جديدة لتقديم خدماتها إلى الجماهير التى سوف تشتريها أو الحكومات التى ستساعدها .

ومثال التفاعل التبادلى الرمزى يجعلنا حساسين أيضاً حيال مسائل التغيير ، ولكن الاهتمام أكثر بالنسبة للأفراد منه بالنسبة للاهتمامات الاجتماعية أو العالمية لأصحاب النظريات التطورية . وسيكون من الاعتبارات الهامة للتفاعل التبادلى الرمزى ، الكيفية التى تساعد بها نظم وسائل الإعلام الجديدة الأفراد إلى حد كبير فى جهودهم الجماعية لخلق معان فى عالم غامض ومتغير . وقد ناقشنا فى الفصل السابق تطور علاقات اعتماد الفرد المتبادل مع وسائل الإعلام الجماهيرية . وبالنسبة للتفاعل التبادلى الرمزى ، فإن أهم هذه العلاقات هى الاعتماد المزمن على وسائل الإعلام لجعل حقائقنا الذاتية تماشى العصر ، بحيث تجارى العالم المتغير من حولنا . وهكذا سيكون من المتوقع أن ينشىء الأفراد أقوى علاقات اعتماد متبادل مع نظم وسائل الإعلام الجديدة التى تقوم بأفضل عمل لمساعدتهم على متابعة ما يجرى ، والأهم من ذلك ـ ماذا يعنى ذلك ؟ وبعبارة أخرى ، فإن واضعى التكنولوجيات الجديدة الذين يخططون نظماً جديدة للاتصالات تخدم اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للفهم سيكون لديهم فرصة طيبة للنجاح .

وهناك اعتبار وثيق الصلة بالموضوع ، وهو قدرة وسائل الإعلام الجديدة على خلق المعانى المشتركة والثقافات الرمزية المشتركة الضرورية لاتصالات فعالة بين شعوب وأمم متنوعة . والحقيقة القائلة أن الاقتصاديات الوطنية أخذت تستسلم لاقتصاد عالمى ، تعنى أن جماعات وأمم قوية سوف تبحث عن وسائل اتصال إعلامية جديدة : « نظام إعلامى عالمى » جديد . وكثير من أصحاب نظريات الصراع الذين تأملوا مثل هذه التطورات يجسدون اهتمامات التفاعل التبادلى الرمزى ، عندما يشيرون إلى الثقافات

الرمزية والحقائق الاجتماعية فى أنحاء العالم التى يمكن إنشاؤها ونشرها بمثل هذه النظم من الاتصالات ، التى يمكن أيضاً أن تكون أكثر أهمية من القوة العسكرية . والمثل القديم عن أن « القلم أقوى من السيف » هو الافتراض الكلاسيكى للتفاعل التبادلى الرمزى ، وهو أن الذين يسيطرون على وسائل الاتصالات الإعلامية التى نعتمد عليها لبناء حقائقنا الذاتية ، يمكنهم أيضاً السيطرة على سلوكنا . ويبقى أن نرى ما إذا كان أولئك الذين يسيطرون على وسائل إعلام جديدة يمكنهم ذلك ، أم أنهم سوف يستخدمونها لخلق انسجام عالمى أو سيطرة عالمية أو كليهما معاً .

وأخيراً ، فإن المثال الإدراكى يلفت النظر إلى آثار نظم وسائل الإعلام الجديدة على معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد . والمفترض أن هذه التكنولوجيات التى لها آثار « مرغوب فيها » ـ كما يقدرها الأفراد والذين يسيطرون على السلطة أنفسهم ـ أكثر احتمالاً لأن تتطور إلى نظم اتصالات . وعلى سبيل المثال ، فإنه فى المجتمعات التى تكون وسائل الإعلام فيها معتمدة على الإعلان كمصدر دخل لها ، تكون التكنولوجيا أكثر احتمالاً فيها لأن تصبح نظاماً لوسائل إعلام ، إذا أمكن استخدامها بواسطة أعداد كبيرة من الأشخاص لتحقيق أهدافهم الشخصية . وفى المجتمعات التى تكون وسائل الإعلام فيها مملوكة وتدار بواسطة حكومات ، فقد تكون أهم العوامل الحاسمة هى الآثار التى يمكن أن تكون لنظم الاتصالات المحتملة على تشكيل معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد حيال الدولة ، وسيكون هذا صحيحاً بصفة خاصة فى النظم السياسية التى تكون السيطرة عليها محكمة .

ومن ثم ، فإن هذه الأمثلة الاجتماعية ، والسلوكية الكلاسيكية تقدم لنا على الأقل بعض الإرشادات عن العوامل التى تحتاج إلى فحص من أجل وضع تنبؤات عن أى من التكنولوجيات الجديدة العديدة سوف تكون هى نظم وسائل الإعلام مستقبلاً . ويثير المدى الذى سوف تنتشر به هذه التكنولوجيات ، أو يتم قبولها ، اهتماماً كبيراً لدى دارسى الاتصالات .

إن التحدى الذى يكمن أمامنا هو أن نقوم بإجراء نوع البحث القائم على النظرية المطلوبة للتنبؤ بدقة عن أى التكنولوجيات سوف يبرز أو لا يبرز ، كأشكال جديدة من وسائل الاتصال الجماهيرية . بل إن هناك مشكلة أكثر تحدياً ، هى تحديد أية أمثلة عامة تكون أكثر فاعلية فى المعرفة الدقيقة للعوامل الاجتماعية التى تؤثر فى إمكانية تطور أية تكنولوجيا إلى نظام وسائل إعلام جماهيرية .

الهوامش

1. For a detailed description of the new technologies and their contemporary uses in American society, see Melvin L. DeFleur and Everette E. Dennis, "The Continuing Revolution in Technology," in *Understanding Mass Communication* (Boston: Houghton Mifflin, 1988), pp. 245–267.
2. For an extensive analysis of the significance of these "new" forms of communication, what these authors call *telelogic* communication forms in contrast to the dialogic form of interpersonal communication and the monologic form of traditional mass communication see S. J. Ball-Rokeach and K. K. Reardon, 1988. "Telelogic, dialogic, and monologic communication: A comparison of forms." In R. P. Hawkins, S. Pingree, and J. M. Wiemann (Eds.), *Rethinking Communication Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
3. Mayer, R. M. 1986. The French videotex system: Success story of "Edsel" of the eighties? Unpublished paper. Family and Consumer Studies, University of Utah.

Table of Contents

المكتب المصري الحديث
MODERN EGYPTIAN PRESS
ت: ٢٢١١٠٧١-٢٢١١٠٧٢
رقم الإيداع ٩٠٠١/ ٩٢
I.S.B.N 977-5107-53-9

THEORIES OF MASS COMMUNICATION

Melvin L. Defleur & Sandra J. Ball-Rokeach

هذا الكتاب

عندما نقرأ الصحيفة ، أو نستمع إلى الراديو ، أو نذهب إلى السينما ، أو نشاهد التليفزيون فإننا نستمتع بما بذله الإنسان عبر آلاف السنين وملايين المحاولات التى بذلها العلماء على مر العصور لكى يتصل الإنسان بأخيه الإنسان . وما نستمتع به الآن فى وسائل الإعلام الحديثة يمثل تطوراً هائلاً وغير عادى فى طرق الاتصال التى بدأت بفن الإشارة والدق على الطبول ، ورسائل الدخان وظلت تتطور حتى وصلت أخيراً إلى الفيديو وتليفزيون الكابل عن طريق الأقمار الصناعية . .

كيف حدث هذا التطور الكبير فى وسائل الاتصال ؟ . . هذا ما يجيب عليه هذا الكتاب الذى يحوى دراسات قيمة للغاية عن وسائل الاتصال وعن تطور الإعلام منذ بدء الخليقة التى يرجع تاريخها إلى نحو ٧٠ مليون سنة مضت وحتى يومنا هذا .

وكتاب نظريات الإعلام يعتبر مرجعاً قيماً للغاية لكل من يعمل أو يدرس فى هذا الحقل الذى ازدادت أهميته بعد الاختراعات العلمية الكبرى التى أتاحت لنا أن نرى ونسمع نزول الإنسان على القمر وأن نتحدث إلى من نريد فى أى مكان فى العالم وفى أى وقت بمجرد إدارة قرص التليفون

كمال عبد الرءوف

INTERNATIONAL PUB. & DIST. HOUSE
CAIRO - EGYPT